

GUIDA ALLE LAUREE
SPECIALISTICHE DELLA
FACOLTA' DI ECONOMIA

A.A. 2006/07

INDICE

INTRODUZIONE ALLA LAUREA SPECIALISTICA	pag. 7
LE LAUREE SPECIALISTICHE DELLA FACOLTÀ DI ECONOMIA	pag. 9
INFORMAZIONI GENERALI IMPORTANTI	pag. 9
L'ESAME DI LAUREA SPECIALISTICA	pag. 15
LAUREA SPECIALISTICA IN AMMINISTRAZIONE E DIREZIONE AZIENDALE	
<i>Obiettivi formativi</i>	pag. 18
<i>Sbocchi professionali</i>	pag. 19
<i>Struttura del corso</i>	pag. 19
<i>Ammissione</i>	pag. 22
<i>Per informazioni contattare</i>	pag. 23
<i>Contenuti dei corsi</i>	pag. 23
• Bilancio consolidato	pag. 25
• Bilancio degli enti pubblici	pag. 26
• Costi per le decisioni aziendali	pag. 28
• Diritto della proprietà intellettuale	pag. 30
• Diritto delle procedure concorsuali	pag. 31
• Diritto tributario	pag. 32
• Econ. dei gruppi, delle concentrazioni e delle cooperazioni aziendali	pag. 33
• Economia delle operazioni di gestione straordinaria	pag. 35
• Economia industriale 2	pag. 37
• Elementi di economia tributaria	pag. 38
• Istituzioni e dottrine economico-aziendali comparate	pag. 39
• Profili giuridici della governance e delle operazioni straordinarie	pag. 41
• Sistemi di governance e revisione aziendale	pag. 43
• Sistemi direzionali di programmazione e controllo	pag. 45
• Statistica aziendale e analisi dei dati	pag. 47
• Storia delle imprese	pag. 49
• Tax planning internazionale	pag. 50
• Temi speciali di bilancio	pag. 52

LAUREA SPECIALISTICA IN FINANZA E RISK MANAGEMENT

<i>Obiettivi formativi</i>	<i>pag. 55</i>
<i>Sbocchi professionali</i>	<i>pag. 56</i>
<i>Struttura del corso</i>	<i>pag. 56</i>
<i>Ammissione</i>	<i>pag. 58</i>
<i>Per informazioni contattare</i>	<i>pag. 59</i>
<i>Contenuti dei corsi</i>	<i>pag. 60</i>
• Analisi finanziaria	<i>pag. 61</i>
• Controllo strategico degli intermediari finanziari	<i>pag. 63</i>
• Credit risk management	<i>pag. 65</i>
• Diritto dei mercati finanziari	<i>pag. 67</i>
• Diritto tributario per le decisioni finanziarie	<i>pag. 70</i>
• Economia dei mercati finanziari	<i>pag. 73</i>
• Finanza applicata	<i>pag. 74</i>
• Finanza delle assicurazioni e della previdenza	<i>pag. 75</i>
• Gestione dei rischi finanziari delle imprese	<i>pag. 77</i>
• Gestione del capitale e creazione del valore nelle banche	<i>pag. 79</i>
• Gestione del rischio	<i>pag. 81</i>
• Gestione del rischio – corso progredito	<i>pag. 82</i>
• Gestione delle imprese di assicurazione	<i>pag. 83</i>
• Lingua inglese – corso progredito	<i>pag. 85</i>
• Matematica per la finanza	<i>pag. 86</i>
• Metodi e modelli per gli strumenti finanziari	<i>pag. 88</i>
• Previsioni finanziarie	<i>pag. 89</i>
• Rischi operativi aziendali	<i>pag. 90</i>
• Statistica dei mercati finanziari - corso progredito	<i>pag. 92</i>
• Storia dei mercati finanziari	<i>pag. 94</i>
• Strumenti avanzati di gestione finanziaria	<i>pag. 95</i>
• Tecnica delle assicurazioni	<i>pag. 97</i>

LAUREA SPECIALISTICA IN SVILUPPO LOCALE, COOPERAZIONE E MERCATI INTERNAZIONALI

<i>Obiettivi formativi</i>	<i>pag. 99</i>
<i>Sbocchi professionali</i>	<i>pag. 101</i>
<i>Struttura del corso</i>	<i>pag. 102</i>
<i>Ammissione</i>	<i>pag. 104</i>
<i>Per informazioni contattare</i>	<i>pag. 105</i>
<i>Contenuti dei corsi</i>	<i>pag. 106</i>
• Analisi della filiera settoriale	<i>pag. 107</i>

• Analisi delle politiche pubbliche	<i>pag. 109</i>
• Applicazione di microcredito	<i>pag. 110</i>
• Diritto commerciale – contratti internazionali	<i>pag. 111</i>
• Diritto e politiche delle istituzioni locali	<i>pag. 112</i>
• Economia del fair trade	<i>pag. 113</i>
• Economia dell’ambiente	<i>pag. 114</i>
• Economia dell’azione collettiva	<i>pag. 115</i>
• Economia dello sviluppo 2	<i>pag. 116</i>
• Economia dello sviluppo locale	<i>pag. 117</i>
• Economia e politiche urbane	
- Le politiche urbane	<i>pag. 119</i>
- Le politiche della nuova programmazione	<i>pag. 119</i>
• Economia internazionale reale	<i>pag. 122</i>
• Le politiche di coesione dell’Unione Europea	<i>pag. 123</i>
• Le politiche europee dei trasporti	<i>pag. 124</i>
• Lingua inglese – corso progredito	<i>pag. 125</i>
• Marketing del territorio	<i>pag. 126</i>
• Politiche di genere	<i>pag. 129</i>
• Politiche industriali per lo sviluppo	<i>pag. 131</i>
• Statistica applicata (economica e sociale)	<i>pag. 132</i>
• Storia dello sviluppo locale	<i>pag. 134</i>
• Teorie di sviluppo locale	<i>pag. 135</i>
• Turismo e marketing dei beni culturali	<i>pag. 136</i>
• Valutazione progetti e politiche pubbliche	<i>pag. 138</i>

LAUREA SPECIALISTICA IN TRADE MARKETING E STRATEGIE COMMERCIALI

<i>Obiettivi formativi</i>	<i>pag. 139</i>
<i>Sbocchi professionali</i>	<i>pag. 140</i>
<i>Struttura del corso</i>	<i>pag. 141</i>
<i>I rapporti con le imprese</i>	<i>pag. 142</i>
<i>Ammissione</i>	<i>pag. 144</i>
<i>Per informazioni contattare</i>	<i>pag. 145</i>
<i>Contenuti dei corsi</i>	<i>pag. 145</i>
• Analisi dei modelli di consumo	<i>pag. 146</i>
• Analisi delle statistiche di vendita	<i>pag. 148</i>
• Contratti di vendita e distribuzione nel commercio internazionale	<i>pag. 150</i>
• Data mining per il marketing	<i>pag. 152</i>

• Diritto della legislazione commerciale	<i>pag. 154</i>
• Diritto della negoziazione	<i>pag. 156</i>
• Economia dei comportamenti competitivi	<i>pag. 158</i>
• Economia del category management	<i>pag. 159</i>
• Economia del micromarketing	<i>pag. 161</i>
• Economia dell'informazione e della pubblicità	<i>pag. 163</i>
• Econ. e marketing dell'innovazione di prodotto nella distribuzione	<i>pag. 164</i>
• In store marketing	<i>pag. 166</i>
• Metodi per la logistica commerciale	<i>pag. 168</i>
• Origine e sviluppo dei sistemi distributivi europei	<i>pag. 169</i>
• Politiche di prezzo	<i>pag. 171</i>
• Politiche di vendita industriale	<i>pag. 172</i>
• Risk management e cessione dei crediti	<i>pag. 174</i>
• Sistemi di pianificazione e controllo delle vendite	<i>pag. 175</i>
• Strategie di comunicazione e promozione delle imprese commerciali	<i>pag. 177</i>

INSEGNAMENTI A SCELTA

• Analisi dei dati territoriali	<i>pag. 179</i>
• Analisi economica delle istituzioni politiche	<i>pag. 181</i>
• Economia delle aziende non profit	<i>pag. 182</i>
• Metodologia della ricerca sociale	<i>pag. 183</i>
• Metodologie delle scienze sociali	<i>pag. 184</i>
• Organizzazione e pianificazione del territorio	<i>pag. 185</i>
• Programmazione e controllo delle aziende pubbliche	<i>pag. 186</i>
• Scenari macroeconomici	<i>pag. 187</i>

<i>CALENDARIO ATTIVITA' DIDATTICA 2006-2007</i>	<i>pag. 189</i>
---	-----------------

INTRODUZIONE ALLA LAUREA SPECIALISTICA

La riforma universitaria ha introdotto, già da alcuni anni, un'impostazione degli studi universitari cui si fa spesso riferimento come "3 + 2".

Vi sono, in altre parole, due livelli di laurea:

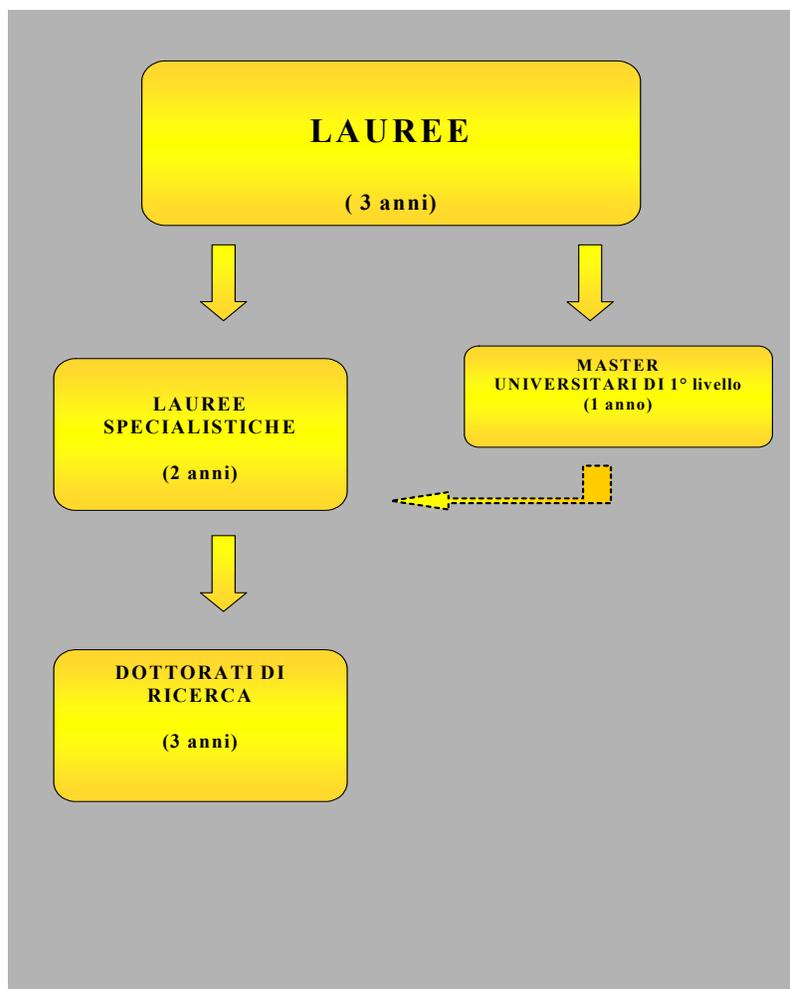
- la Laurea (cosiddetta triennale), cui si accede con il diploma di scuola media superiore, che ha durata triennale, durante la quale lo studente consegue 180 Crediti Formativi Universitari (CFU);
- la Laurea Specialistica (detta anche magistrale), cui si accede solo dopo avere conseguito la laurea triennale, che dura due anni durante i quali lo studente deve conseguire 120 Crediti Formativi Universitari (CFU).

Al termine della laurea triennale lo studente può accedere, in alternativa alla laurea specialistica, ad un master universitario di primo livello, che consiste in un corso di formazione permanente della durata di circa un anno e fornisce un minimo di 60 CFU.

Al termine della laurea specialistica lo studente può invece accedere, tramite concorso pubblico, ai dottorati di ricerca. Per tutte le informazioni relative ai master e ai dottorati offerti dalla Facoltà di Economia si rinvia alla Guida specifica.

La presente Guida illustra il portafoglio di lauree specialistiche offerte dalla Facoltà di Economia dell'Università di Parma per l'anno accademico 2006/07.

L'OFFERTA FORMATIVA DELLA FACOLTA'
DI ECONOMIA



LE LAUREE SPECIALISTICHE DELLA FACOLTA' DI ECONOMIA

Per l'anno accademico 2006/07 la Facoltà di Economia di Parma ha attivato le seguenti lauree specialistiche:

- **Amministrazione e Direzione Aziendale** (Classe 84/s Scienze Economico-Aziendali)
Referente: Prof.ssa Anna Maria Fellegara;
- **Finanza e Risk Management** (Classe 84/s Scienze Economico-Aziendali)
Referente Prof.ssa Annamaria Olivieri;
- **Trade Marketing e Strategie Commerciali** (Classe 84/s Scienze Economico-Aziendali)
Referente Prof. Daniele Fornari;
- **Sviluppo locale, Cooperazione e Mercati Internazionali** (Classe 64/s Scienze dell'Economia)
Referente Prof. Guglielmo Wolleb.

INFORMAZIONI GENERALI IMPORTANTI

Le **iscrizioni ai corsi** di laurea specialistica della Facoltà di Economia sono aperte dal 17 luglio al 29 dicembre 2006.

Per l'ammissione, la Commissione che valuta le candidature stabilisce se lo studente, sulla base del percorso di laurea triennale che ha compiuto, sia in possesso dei 180 crediti necessari all'immatricolazione e definisce gli eventuali debiti formativi che lo studente dovrà colmare per poter accedere ai corsi di laurea specialistici.

Non sono ammesse iscrizioni sotto condizione: gli immatricolandi devono essere in possesso del titolo di laurea triennale al 29 dicembre 2006.

I criteri generali di ammissione per l'anno accademico 2006/2007 sono i seguenti.

In linea di principio, i laureati triennali provenienti dalle Classi 17 e 28, sia dell'Ateneo di Parma sia di altri Atenei, sono ammessi senza debiti formativi alle lauree specialistiche delle classi 84/s e 64/s attivate dalla Facoltà di Economia. Sempre in linea di principio, i laureati triennali provenienti dalla Classe 35 sono ammessi senza debiti formativi alla laurea specialistica della Classe 64/s attivata dalla Facoltà di Economia.

Tuttavia, per garantire la proficua fruizione dei corsi di laurea specialistica, è opportuno che gli studenti che vi si immatricolano abbiano maturato durante il percorso triennale di provenienza alcune competenze distintive propedeutiche. Queste sono quantificate in un massimo di 10 CFU per i laureati nelle Classi 17 e 28 e, relativamente alla Cl. 64/s, di 20 CFU per i laureati nella Classe 35, e sono indicate specificamente nelle pagine dedicate a ciascuna laurea specialistica, alla voce "Ammissione".

Gli immatricolandi che abbiano già maturato tali competenze, avendo sostenuto i relativi esami durante i propri studi triennali, non hanno alcun obbligo.

Coloro che si trovano nella posizione di dover acquisire le sopra citate competenze distintive propedeutiche, sono ammessi con i debiti formativi ad esse corrispondenti. Tuttavia, chi si trova in questa posizione ha facoltà di utilizzare allo scopo i crediti liberi previsti dal corso di laurea specialistica prescelto, senza aumentare di conseguenza il numero degli esami da sostenere per ottenere la laurea specialistica stessa. Gli esami sostenuti a titolo di debito formativo sono equiparati ad idoneità, come tali sono riportati nel curriculum dello studente e dunque il relativo voto non entra nel computo della media. Per informazioni maggiormente dettagliate, si veda la voce "Ammissione" nelle pagine dedicate a ciascuna laurea specialistica.

Per i laureati triennali con provenienze diverse da quelle sopra menzionate, il numero massimo di debiti formativi con cui si può essere ammessi alla Specialistica è 35. Oltre tale soglia si suppone che il percorso triennale già compiuto e i contenuti della specialistica prescelta siano troppo distanti tra loro per consentire una proficua fruizione dei corsi, da qui l'impossibilità di immatricolarsi nella specialistica ed il consiglio di intraprendere il nuovo percorso iscrivendosi ad una laurea

triennale più coerente.

Gli studenti ammessi con debiti formativi non potranno sostenere esami fino a che non avranno sanato completamente i debiti stessi. Questa disposizione è vincolante, in quanto gli studenti che non abbiano acquisito le conoscenze “fondanti” il percorso di laurea specialistica, espresse dagli esami da sostenere come debiti, non possono proficuamente fruire dei contenuti dei corsi del percorso specialistico, anche se sono ammessi a frequentarne le lezioni.

Gli studenti dovranno avere colmato gli eventuali debiti formativi anche prima dello svolgimento delle cosiddette “**attività formative a scelta**” previste nel curriculum del corso di laurea specialistica prescelto. Esse possono consistere nel sostenimento di esami a scelta od eventualmente in altre attività che dovranno essere preventivamente approvate dal Consiglio di corso di laurea su proposta dello studente. Per maggiori dettagli sulle attività libere si rimanda al paragrafo “struttura del corso” di ciascuna laurea specialistica ed al sito web della Facoltà.

Per quanto riguarda il conseguimento dei crediti delle attività a scelta tramite la modalità più consueta, cioè il superamento di esami, gli studenti possono attingere a qualsiasi insegnamento previsto dagli ordinamenti didattici dell’a.a. 2006/2007 (“insegnamenti obbligatori”) degli altri corsi di laurea specialistica della Facoltà, ovvero a insegnamenti che appartengono ad un corso di laurea specialistica della Facoltà diverso da quello a cui lo studente è iscritto ed anche tra gli insegnamenti di seguito indicati (“**insegnamenti liberi**”):

- Analisi dei dati territoriali (consigliato in particolare gli studenti SVIL);
- Analisi economica delle istituzioni politiche;
- Economia delle aziende non profit (consigliato in particolare agli studenti ADA);
- Economia delle aziende non profit (consigliato in particolare agli studenti ADA);
- Metodologia della ricerca sociale (consigliato in particolare agli studenti ADA);

- Metodologia delle scienze sociali (consigliato in particolare agli studenti SVIL);
- Organizzazione e pianificazione del territorio;
- Programmazione e controllo delle aziende pubbliche (consigliato in particolare agli studenti ADA);
- Scenari macroeconomici (consigliato in particolare agli studenti TRADE).

I programmi degli insegnamenti sopra riportati sono inseriti in questa Guida alla voce “*Insegnamenti a scelta*” a pag 179.

Non è necessario “isciversi” all’insegnamento a scelta; è invece richiesta, come usuale, la prenotazione all’appello in cui si intende sostenere l’esame. L’esame relativo all’insegnamento a scelta selezionato dallo studente può essere sostenuto in ciascun anno di corso, dal primo appello utile dopo lo svolgimento delle lezioni di quell’insegnamento. Non è possibile scegliere insegnamenti con contenuto equivalente a quelli per cui è già stato superato l’esame o a quelli previsti nel piano formativo del proprio corso di studio.

La scelta dell’insegnamento deve avvenire nell’anno accademico in cui lo studente intende effettivamente sostenere l’esame in quanto l’offerta formativa può variare annualmente e non è riconosciuta, ai fini dell’esame, la frequenza in anni precedenti a corsi correntemente disattivati.

Si rende noto fin d’ora che gli studenti che si scrivono ad un corso di laurea triennale a partire dall’anno accademico 2006/2007 potranno iscriversi ad un corso di laurea specialistica presso la Facoltà di Economia di Parma a partire dall’anno accademico 2009/2010 soltanto se avranno ottenuto almeno 100/110 nell’esame di laurea. In ogni caso, a partire dall’anno accademico 2009/2010, gli studenti laureati potranno iscriversi ad un corso di laurea specialistica soltanto se avranno ottenuto almeno 100/110 all’esame di laurea triennale.

Il criterio di selezione adottato risponde all’obiettivo della Facoltà di offrire la migliore qualità della didattica e intende stimolare un maggiore impegno degli studenti dei corsi di laurea triennale, dal momento che solo i migliori potranno accedere alle lauree specialistiche. La selezione

consentirà di proporre contenuti più avanzati e preparare un capitale umano di eccellenza, facilitandone l'accesso nel mondo del lavoro.

Anche i laureati di altre sedi che si iscrivono ad un corso di laurea triennale a partire dall'anno accademico 2006/2007, se vorranno iscriversi ad un corso di laurea specialistica della Facoltà di Economia di Parma saranno soggetti al vincolo della votazione minima di laurea triennale di 100/110 a partire dall'anno accademico 2009/2010, e potranno iscriversi fino ad un massimo del 15% del numero di posti disponibili per corso di studio.

Gli studenti dell'Ateneo di Parma e degli altri Atenei, che si iscrivono ad un corso di laurea triennale a partire dall'anno accademico 2006/2007 e che otterranno un punteggio inferiore a 100/110 nell'esame di laurea triennale, ed in ogni caso gli studenti laureati nell'Ateneo di Parma o in altri atenei con votazione di laurea inferiore a 100/110 che facciano richiesta di iscrizione ad un corso di laurea specialistica della Facoltà di Economia di Parma a partire dall'anno accademico 2009/2010, potranno iscriversi "sotto condizione": saranno ammessi fino al raggiungimento del numero massimo previsto ed in base ad una graduatoria di merito compilata con il voto di laurea triennale.

Al numero massimo di studenti previsto per ciascun corso di laurea specialistico possono aggiungersi fino a 5 studenti stranieri (10 per il corso di laurea specialistica in Sviluppo locale, cooperazione e mercati internazionali) in possesso di laurea triennale equivalente a quelle previste dalle disposizioni indicate in questa Guida per lo specifico corso di laurea specialistica.

Non è prevista alcuna discriminazione tra studenti che presentano domanda di iscrizione avendo debiti formativi e studenti che si iscrivono senza debiti formativi.

I trasferimenti sono ammessi fino al raggiungimento della soglia massima prevista per l'accREDITAMENTO.

Per l'iscrizione occorre recarsi alla **Segreteria Studenti** (Via D'Azeglio, 85 Tel. 0521/032209 - 032516 - 032377/8/9; fax 0521/032227; e-mail: segrstec@unipr.it).

Gli uffici della Segreteria Studenti sono aperti al pubblico nei seguenti orari:

Lunedì - Martedì - Mercoledì - Venerdì	9.00 - 12.00
Giovedì	9.00 – 12.00 / 15.00 - 16.00

Si richiama infine l'attenzione degli studenti che si immatricolano al primo anno di corsi di laurea specialistica, sul fatto che i relativi ordinamenti didattici potranno subire modificazioni conseguenti all'applicazione del D.M. 270/04.

L'ESAME DI LAUREA SPECIALISTICA

Gli studenti e le studentesse laureandi devono rispettare le seguenti procedure e relative scadenze:

- deposito del **titolo della tesi** presso la Segreteria studenti tramite consegna del relativo modulo **quattro mesi prima** della discussione;
- **consegna di tutta la documentazione** alla Segreteria Studenti per l'esame di laurea **un mese prima** della data di inizio indicata per la sessione di laurea;
- **superamento e registrazione dell'ultimo esame di profitto o di idoneità** almeno **10 giorni prima** della data di inizio indicata per la sessione di Laurea;
- **consegna della tesi** alla Segreteria Studenti della Facoltà perentoriamente **10 giorni prima** della data di inizio indicata per la sessione di Laurea e contestuale ritiro delle norme comportamentali per la cerimonia di proclamazione.
- La tesi, in **tre copie** scritte su fronte/retro e rilegate in cartoncino, dovrà riportare il nome del Relatore ed essere firmata dal laureando nell'ultima pagina del testo prima della Bibliografia.
- Il laureando, d'accordo con il relatore, può produrre il lavoro di tesi in formato digitale anziché cartaceo, ferma restando la copia cartacea per la Segreteria Studenti.

N.B.: Nel caso di sopravvenuto impedimento al sostenimento dell'esame di laurea, i laureandi devono darne tempestiva comunicazione alla Segreteria Studenti.

CRITERI DI VALUTAZIONE DELLA TESI DI LAUREA SPECIALISTICA

La Commissione di Laurea, tenendo in considerazione le indicazioni espresse dalla Commissione Istruttoria, può assegnare fino ad un **massimo di 11 punti** così distribuiti:

- **fino a 6 punti alla tesi**, distinguendo le tesi normali (alle quali vengono assegnati fino a 3 punti) dalle tesi particolarmente

buone alle quali possono essere assegnati, su richiesta del relatore, altri 3 punti;

- **1 punto a discrezione** che può essere assegnato dalla Commissione di Laurea sulla base della proposta della Commissione Istruttoria.

Inoltre, sulla base dei seguenti caratteri e pesi, la Segreteria Studenti calcolerà in automatico:

- **velocità del percorso:**

- per gli studenti in corso che si laureano nella sessione:
 - estiva e autunnale: 2,5 punti;
 - invernale (1° e 2° appello): 1,5 punti;
 - primaverile: 0,5 punti;
- per gli studenti fuori corso: 0 punti.

- **il numero di lodi:**

- 1 lode: 0 punti;
- 2 lodi: 0,5 punti;
- 3 - 4 lodi: 1 punto;
- 5 lodi e oltre: 1,5 punti.

I punteggi di tesi verranno sommati alla media ponderata (calcolata sulla base dei crediti dei singoli insegnamenti e convertita in centodecimi) dei voti degli esami sostenuti nell'ambito del Corso di Laurea Specialistica in modo da ottenere il punteggio finale di laurea espresso in centodecimi.

Alla media ponderata non concorreranno le valutazioni relative agli esami sostenuti dagli studenti come debiti formativi riconosciuti all'atto dell'immatricolazione alla Laurea Specialistica e i giudizi/valutazioni relativi alle attività di stage e tirocini.

Tale media, inoltre, verrà calcolata non tenendo conto del voto peggiore conseguito nell'ambito del percorso di studi della Laurea Specialistica per un massimo di 5 crediti.

L'assegnazione della lode nell'ambito della valutazione finale potrà avvenire per gli studenti in possesso di un curriculum degli studi meritevole e che hanno svolto un lavoro di tesi particolarmente buono. Per questo motivo l'assegnazione della lode dovrà essere espressamente richiesta dal Relatore in sede di Commissione Istruttoria e confermata dalla Commissione di Proclamazione. La Commissione di Proclamazione potrà decidere autonomamente l'assegnazione della lode nel caso in cui la

sommatoria dei punteggi relativi alla media, alla carriera, alla tesi e al numero di lodi superi ampiamente i 110/110.

La tesi di Laurea Specialistica dovrà consistere in un lavoro di approfondimento e di studio delle tematiche oggetto degli insegnamenti del Corso di Studi sia dal punto di vista teorico/concettuale sia attraverso verifiche di natura empirica.

Dato il numero di crediti riconosciuto nell'ambito del lavoro di tesi, quest'ultimo dovrà essere di particolare rilievo sia qualitativo che quantitativo (minimo 100 pagine).

LAUREA SPECIALISTICA
in
“AMMINISTRAZIONE E DIREZIONE
AZIENDALE”

Obiettivi formativi

La laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale persegue la formazione di laureati che possiedano:

- approfondite conoscenze in ambito economico-aziendale e giuridico, con particolare riferimento al diritto delle società e dell'impresa, ottenute attraverso un articolato impianto di insegnamenti e di modalità di apprendimento;
- elevate capacità interdisciplinari che, integrando le competenze distintive aziendali e giuridiche con idonee conoscenze in ambito quantitativo ed economico, permettano di affrontare le problematiche aziendali nell'ottica sistemica propria delle direzioni aziendali e della programmazione e gestione del cambiamento;
- una consolidata attitudine all'impiego delle metodologie, dei saperi e delle abilità necessarie a ricoprire posizioni di responsabilità nell'amministrazione e nel governo delle aziende, nonché a svolgere le libere professioni dell'area economica.

Il corso di laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale si sviluppa secondo un piano degli studi coerente con il riconoscimento integrale dei crediti universitari acquisiti dagli studenti che abbiano completato gli studi attinenti alla laurea triennale in “Economia Aziendale” attivata presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Parma.

Sbocchi professionali

Il corso di laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale intende formare laureati in Economia, orientati:

- alle funzioni direttive e amministrative d'azienda,
- alle attività libero-professionali attinenti alla consulenza aziendale (dottore commercialista, consulente economico-giuridico, revisore contabile, *internal auditor*, *controller*, *investor relation manager*).

Si tratta, quindi, di una formazione volta alla preparazione di figure professionali in grado di assistere le aziende nella gestione, nell'amministrazione, nella pianificazione e nel controllo. Si propone, pertanto, la formazione di economisti d'azienda con adeguata formazione giuridica, trasferendo approfondite conoscenze di metodo e di contenuto economico-aziendale e giuridico, puntando sull'acquisizione di saperi specialistici e di strumenti metodologici idonei ad affrontare con visione interdisciplinare ed integrata i campi dell'economia d'azienda.

Nella prospettiva della riforma in atto, il corso di laurea specialistica costituisce anche la base formativa per l'accesso alla libera professione di dottore commercialista e revisore contabile. Pertanto gli Ordini Professionali dei Dottori Commercialisti, le Associazioni delle imprese, delle società di revisione, dei manager e dirigenti d'azienda, degli *internal auditors* e degli analisti finanziari, sono gli interlocutori privilegiati nel dialogo che accompagna il percorso formativo e che consente la verifica dei contenuti degli insegnamenti.

Struttura del corso

Il percorso della laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale si articola su due anni e prevede l'ottenimento di 120 crediti da parte dello studente, secondo il piano dei corsi per l'anno accademico 2006/2007 indicato nella tabella che segue.

Il calendario annuale delle lezioni, prevede orientativamente la concentrazione degli insegnamenti del secondo anno nel primo semestre, in modo che lo studente possa dedicare il secondo ed ultimo semestre alla preparazione della prova finale.

PRIMO ANNO	CFU
Sistemi di governance e revisione aziendale (parte I – parte II)	9
Diritto tributario	4
Sistemi direzionali di programmazione e controllo	4
Statistica aziendale e analisi dei dati	6
Istituzioni e dottrine economico-aziendali comparate (ragioneria internazionale)	4
Tax planning internazionale	4
Costi per le decisioni aziendali	4
Bilancio degli enti pubblici	5
Diritto delle procedure concorsuali	5
Storia delle imprese	7
Bilancio consolidato	5
Economia dei gruppi, delle concentrazioni e delle cooperazioni aziendali	4
Attività formative scelte dallo studente	9
SECONDO ANNO	
Profili giuridici della governance e delle operazioni straordinarie	5
Elementi di economia tributaria	5
Diritto della proprietà intellettuale	5
Economia delle operazioni di gestione straordinaria	4
Economia industriale II	5
Temi speciali di bilancio	5
Abilità diverse	2
Prova finale	19
Totale crediti	120

I 9 crediti formativi previsti per le **attività a scelta dello studente** possono essere acquisiti scegliendo tra le seguenti alternative:

- a) sostenimento di due o più insegnamenti tra quelli attivati nell'ambito di una laurea specialistica della Facoltà e tra quelli attivati come liberi (ulteriori informazioni alle pagg 11 e 179 della presente guida);
- b) svolgimento di attività extra-curricolari per le quali deve essere richiesta un'autorizzazione preventiva. Tra le attività extra-curricolari coerenti con le finalità del corso di laurea, rientrano:
 - gli stage e i tirocini svolti presso aziende, enti o professionisti. Le procedure per il riconoscimento dei crediti connessi a queste attività sono contenute nel regolamento disponibile sul sito web della Facoltà (<http://economia.unipr.it/stage.asp>). Per queste attività sono conseguibili al massimo 7 CFU.
 - attività lavorative svolte o in corso di svolgimento, riconoscibili attraverso la presentazione di idonea documentazione;
 - attività formative diverse riconoscibili attraverso la presentazione di idonea documentazione.

I 2 crediti formativi previsti per le **abilità diverse** possono essere acquisiti scegliendo tra le seguenti alternative:

- a) stesura, sotto la guida di un docente, di un caso di studio;
- b) partecipazione ad un premio aziendale o universitario che preveda un output strutturato individuale e/o di gruppo;
- c) acquisizione di idoneità specifiche connesse a corsi eventualmente attivati dalla facoltà;
- d) partecipazione ad attività seminariali coordinate annualmente dalla facoltà e dalle diverse lauree specialistiche;
- e) presentazione di documentazione atta a dimostrare idonee abilità linguistiche o informatiche che non abbiano generato il riconoscimento di crediti nei corsi di laurea di primo livello.

11 crediti formativi (considerando complessivamente 9 CFU per attività a scelta dello studente e 2 CFU per abilità diverse) possono essere acquisiti per l'attività di **tirocinio svolta presso un Dottore Commercialista, con iscrizione al Registro dei Praticanti**.

Ammissione

Si vedano innanzitutto le indicazioni contenute nella sezione della presente Guida sotto il titolo “Informazioni Generali Importanti”.

Al corso di laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale, sono ammessi **senza debiti formativi** i laureati triennali in **Economia Aziendale della Facoltà di Economia dell’Università di Parma**.

Per i laureati triennali in possesso di un’altra laurea appartenente alla Classe 17 o alla Classe 28, conseguita presso questa Facoltà o in altro Ateneo, i debiti formativi sono fissati nella misura massima di 10 CFU e specificamente si richiede il superamento degli esami dei seguenti insegnamenti:

Economia Aziendale (corso progredito) (60 ore)

oppure

Programmazione e controllo (30 ore) + **Metodologie e determinazioni quantitative d’azienda** (30 ore).

Lo studente che, nell’ambito del corso di studio di primo livello, abbia già sostenuto esami relativi ad insegnamenti con contenuto equivalente a quelli sopra specificati, è ammesso senza debiti formativi (o con un numero di debiti formativi ridotto in relazione all’attività già svolta). L’accertamento dei debiti da saldare è effettuato dalla Segreteria Studenti e dalla Commissione designata dalla Facoltà che, all’atto della richiesta di immatricolazione dello studente, valutano l’esistenza degli esami indicati nel corso di studi di primo livello.

Gli studenti laureati in corsi di laurea della classe 17 di Altri Atenei o in corsi di laurea della classe 28 che fanno richiesta di immatricolazione alla laurea specialistica dovranno dichiarare, all’atto della richiesta di immatricolazione, gli esami che intendono sostenere a titolo di debito, compilando apposita scheda predisposta dalla

Segreteria Studenti.

Per informazioni contattare:

Annamaria Fellegara
Professore Ordinario
Dipartimento Di Economia
Via Kennedy, 6 - 43100 Parma
tel. 0521032492
Pagina Web nel sito della Facoltà di Economia:
<http://economia.unipr.it/docenti/FELLEGGARA>

Contenuti dei corsi

Per agevolare la piena comprensione dei contenuti formativi della laurea specialistica in Amministrazione e Direzione Aziendale, nel seguito si presentano sinteticamente i contenuti dei singoli corsi specificandone obiettivi, metodologie, crediti, modalità di esame e docente di riferimento, ove già nominato alla data in cui questa Guida va in stampa.

BILANCIO CONSOLIDATO

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Stefano Azzali)

Obiettivi

Il bilancio consolidato è lo strumento più efficace per apprezzare l'economicità e la creazione di valore nelle aziende che hanno adottato la struttura a gruppo. Su questo presupposto, il corso sviluppa le principali aree critiche di redazione ed analisi dei bilanci consolidati, con particolare riferimento ai bilanci redatti dalle società capogruppo con titoli quotati nei mercati ufficiali.

Programma

Il corso sviluppa i seguenti temi:

- I gruppi aziendali
- Il reddito e il capitale di gruppo
- Il bilancio consolidato
- L'area di consolidamento e le condizioni di omogeneità del sistema dei valori di gruppo
- La determinazione dell'avviamento e dei valori di pertinenza delle minoranze
- I redditi interni non realizzati e i valori reciproci
- Il prospetto di raccordo tra il bilancio della capogruppo e il bilancio consolidato
- L'equazione delle leva azionaria e il rapporto di indebitamento nei gruppi aziendali.

Testi d'esame

RINALDI L. (A CURA DI), *Il bilancio consolidato*, Il Sole 24 Ore, Milano, 2006.
AZZALI S., *Bilancio consolidato, casi ed esercizi*, Giappichelli, Torino, 1999

Modalità di accertamento

Prova scritta.

BILANCIO DEGLI ENTI PUBBLICI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Marco Ferretti)

Obiettivi

Le modalità di rilevazione dei fenomeni economici nelle amministrazioni pubbliche sono elemento caratterizzante del processo decisionale. Il sistema delle rilevazioni è direttamente collegato all'allocazione delle risorse ed al controllo di gestione, all'efficienza dei processi di produzione e di consumo. Il corso ha lo scopo da un lato di approfondire le metodologie proprie di bilancio degli enti pubblici e dall'altro di comprendere i collegamenti tra il sistema delle rilevazioni e il sistema di programmazione e di controllo. Il corso presenterà esperienze innovative nel campo del bilancio in campo degli enti pubblici nazionali. E' inoltre prevista la possibilità di testimonianze dirette agli studenti.

Programma

Il corso approfondirà i seguenti aspetti:

- Il sistema autorizzativi;
- Il rendiconto ed il risultato di amministrazione;
- I sistemi contabili pubblici: limiti e prospettive;
- Il Bilancio dell'Ente Locale;
- Il Bilancio della Regione;
- Il Bilancio dell'Università;
- Il Bilancio delle Aziende Sanitarie Locali e delle aziende ospedaliere;
- Valutazione e Misurazione;
- Prezzi e Tariffe;
- Il Piano Esecutivo di Gestione negli Enti Locali;
- Il Budget in Sanità;
- Esercitazioni di Contabilità Pubblica.

Testo d'esame

ZANGRANDI A. (a cura di), *Contabilità e Bilancio negli Enti Pubblici*, Egea, Milano, 2005; *Esercizi di Contabilità e Bilancio negli Enti Pubblici*, 2006.

Modalità di accertamento
Prova scritta e orale.

COSTI PER LE DECISIONI AZIENDALI

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof.ssa Federica Balluchi)

Obiettivi

Il corso affronta i temi di base relativi alla struttura ed al funzionamento dei sistemi di contabilità per le decisioni aziendali. In particolare sono trattati i problemi di rilevazione, classificazione, aggregazione ed analisi dei costi e del loro andamento con riferimento alle differenti problematiche gestionali.

Programma

Le caratteristiche e l'articolazione dei processi decisionali. La rilevanza dei costi per le decisioni in azienda: decisioni ricorrenti e non ricorrenti; decisioni di investimento; decisioni di impiego della capacità produttiva. La contabilità generale e la contabilità analitica: caratteristiche e finalità. Il concetto di costo e le sue possibili applicazioni. Approfondimento dei concetti fondamentali: classificazione, variabilità e imputazione dei costi. L'analisi costi-volumi-risultati. I sistemi di calcolo del costo di prodotto: la contabilità per centri di costo. Le configurazioni di costo. I sistemi contabili di rilevazione dei costi: dal *direct costing* al *full costing*. Calcolo dei costi a partire dalle "attività" aziendali: l'*activity based costing*. L'analisi differenziale e l'analisi della varianze.

Testi d'esame

CINQUINI L., *Strumenti per l'analisi dei costi – Fondamentali di Cost Accounting*, Vol. 1, seconda edizione riveduta ed ampliata, Torino, Giappichelli, 2003.

GARRISON R., NOREEN E., *Programmazione e controllo (managerial accounting per le decisioni aziendali)*, Milano, McGraw-Hill, 2004.

Materiale didattico a cura del docente.

Lecture consigliate

MIOLO VITALI P. (a cura di), *Strumenti per l'analisi dei costi – Approfondimenti di Cost Accounting*, Vol. II, seconda edizione riveduta ed ampliata, Torino, Giappichelli, 2004.

FACCHINETTI I., *Contabilità analitica, calcolo dei costi e decisioni aziendali: metodologie, soluzioni operative e casi*, Milano, IISole24 Ore, 1997.

SELLERI L., *Contabilità dei costi e contabilità analitica: determinazioni quantitative e controllo di gestione*, 2a edizione aggiornata, Milano, Etas, 1999.

HORNGREN C. T., *Contabilità per la direzione*, Torino, Isedi, 1998.

Modalità di accertamento

Prova scritta con eventuale integrazione orale.

DIRITTO DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Luigi Mansani)

Obiettivi

Il corso si propone di illustrare le regole che governano l'acquisto e l'esercizio dei diritti di proprietà intellettuale, con particolare attenzione alle ragioni che stanno alla base delle scelte operate dal legislatore e verificando in che misura esse diano luogo ad un contemperamento efficiente degli interessi coinvolti. Ove necessario, sarà dato conto degli orientamenti seguiti dalla giurisprudenza nell'interpretazione delle norme più controverse e delle soluzioni accolte in altri ordinamenti. Su alcune delle questioni maggiormente dibattute sarà fatto riferimento a casi pratici.

Programma

- Marchi e altri segni distintivi
- Brevetti
- Design
- Concorrenza sleale

Modalità didattiche

Lezioni frontali sui principali argomenti del programma. Verranno utilizzati supporti audiovisivi volti a focalizzare l'attenzione sulle norme e le questioni più rilevanti. Saranno trattati, eventualmente anche in forma seminariale, i più significativi elementi delle riforme introdotte o in discussione ed alcuni casi pratici.

Testi d'esame e modalità di accertamento

Agli studenti che frequentano il corso saranno forniti i materiali sui quali preparare l'esame, che sarà in forma di test scritto con domande a risposta multipla e a risposta aperta.

Gli studenti non frequentanti potranno preparare l'esame, che sarà in forma di colloquio orale, sul seguente libro:

VANZETTI - DI CATALDO, *Manuale di diritto industriale*, Giuffrè, Milano, 2006 (sono da studiare i soli capitoli relativi alla disciplina dei marchi e dei brevetti).

DIRITTO DELLE PROCEDURE CONCORSUALI

(30 ORE – 5 CFU)

(Docente da definire)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire una visione esauriente del fallimento e del concordato preventivo così come da ultimo riformati e della procedura di amministrazione straordinaria delle grandi e grandissime imprese insolventi.

Programma

Il programma del corso prevede la seguente articolazione:

- Il fallimento
- Gli imprenditori soggetti al fallimento
- Lo stato d'insolvenza
- La dichiarazione di fallimento
- Gli organi preposti al fallimento
- Gli effetti del fallimento: a) sul patrimonio del debitore b) rispetto ai creditori c) sugli atti pregiudizievoli ai creditori d) sui rapporti giuridici pendenti
- L'accertamento del passivo
- Gestione del patrimonio fallimentare, liquidazione dello stesso e ripartizione dell'attivo
- La chiusura del fallimento
- Il concordato fallimentare
- La sdebitazione
- Il concordato preventivo
- gli accordi di ristrutturazione dei debiti
- L'amministrazione straordinaria delle imprese insolventi
- La legge Marzano sulla amministrazione straordinaria delle grandissime imprese in stato d'insolvenza

Testo d'esame

BONFATTI CENSONI , Manuale di Diritto Fallimentare, ultima edizione

Modalità di accertamento

Prova orale.

DIRITTO TRIBUTARIO

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof. Angelo Busani)

Obiettivi

Il corso di diritto tributario, dopo aver fornito agli studenti alcuni elementi di base, si propone la finalità di approfondire l'ampia tematica del reddito d'impresa ai fini dell'imposta sul reddito delle società (Ires) e dell'imposta sul reddito delle persone fisiche (Irpéf).

Programma

I contenuti del corso sono sviluppati in tre parti. Dopo una prima parte generale introduttiva in cui sono ripresi i fondamentali del diritto tributario (definizioni, territorialità, soggetti passivi, categorie di reddito), viene affrontato in specifico il tema del reddito d'impresa. Prendendo le mosse dagli elementi propedeutici (beni relativi all'impresa, principio di competenza, criteri di valutazione, etc.) il corso si sviluppa analizzando le tematiche dei ricavi e altri proventi, delle rimanenze, dei costi e degli altri oneri, degli elementi straordinari (plusvalenze, sopravvenienze, perdite). Nell'ultimo modulo vengono infine presentati i riflessi fiscali delle operazioni societarie straordinarie (cessione e conferimento d'azienda, fusione, scissione, trasformazione, etc.).

Testo d'esame

Per ogni lezione il docente predisporrà una dispensa di supporto e una serie di lucidi esplicativi; il materiale verrà distribuito in fotocopia e sarà disponibile sul sito internet della Facoltà.

Modalità di accertamento

L'esame verrà svolto mediante un test scritto e una integrazione orale.

**ECONOMIA DEI GRUPPI,
DELLE CONCENTRAZIONI
E DELLE COOPERAZIONI AZIENDALI**

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof.ssa Anna Tanzi)

Obiettivi

La globalizzazione porta le imprese a concentrarsi perché esse avvertono l'esigenza di uno sviluppo dimensionale e l'applicazione di nuove strategie competitive.

Le condizioni di governo delle concentrazioni, l'analisi di adeguate politiche, l'approfondimento della complessità ambientale, sono le premesse logiche per il raggiungimento dell'economicità e delle finalità dei soggetti coinvolti.

Tramite l'attivazione e la gestione di aggregazioni, le aziende possono aumentare le fonti di conoscenza e sviluppare un sistema organizzativo in grado di generare valore.

Il corso si propone di individuare le principali forme di concentrazione e di fornire modelli di riferimento per comprendere e governare tali strutture complesse, sottolineando come attraverso una corretta gestione strategica si arrivi alla creazione del valore. Parte integrante del corso sarà costituita dall'analisi delle novità fiscali che possono condizionare il processo di aggregazione tra imprese.

Il corso sarà integrato da testimonianze aziendali.

Programma

- Aggregazioni, concentrazioni, gruppi aziendali – caratteristiche e finalità
- Motivazioni alla loro costituzione
- Strutture organizzative e governance
- Conflitti di interesse nei gruppi di imprese
- I prezzi di trasferimento all'interno dei gruppi
- L'imposizione fiscale nelle aggregazioni aziendali.

Testi d'esame

AA.VV., *Le aggregazioni d'impresa*, Giuffrè, Milano, 1999

TANZI A., *Verso l'economia dell'intangibile*, Mattioli 1885, Fidenza (PR),

2003;
Dispensa del docente.

Lecture consigliate

AZZINI L., I gruppi aziendali, Giuffrè, Milano, 1975

GALASSI G., Concentrazioni e cooperazioni internazionali, Giuffrè, Milano,
1968

Modalità di accertamento

Prova scritta.

ECONOMIA DELLE OPERAZIONI DI GESTIONE STRAORDINARIA

(30 ORE - 4 CFU)

(Prof. Fabio Sandrini)

Obiettivi

Il corso completa ed approfondisce le molteplici tematiche relative alle operazioni straordinarie d'impresa (fusione, scissione conferimento, ecc.) In particolare, dopo averne ripreso gli elementi strutturali, si esaminano, in profondità, gli aspetti contabili e fiscali delle stesse. Successivamente, nell'ambito del calcolo economico sotteso alle decisioni di adire a processi di riassetto strutturale (economico, giuridico e organizzativo), sono trattati e posti in evidenza gli aspetti interdisciplinari di tali operazioni. Si completa il corso con lo studio delle relazioni esistenti fra i diversi caratteri strutturali delle gestioni straordinarie e le condizioni di sviluppo ovvero di crisi delle imprese.

Programma

- Profili generali: il bilanci straordinari
- Le principali operazioni straordinarie ed i connessi bilanci
- La fiscalità delle principali operazioni straordinarie
- Crescita d'impresa e operazioni straordinarie
- Crisi d'impresa e operazioni straordinarie.

Testi d'esame

ANDREANI G., *Fiscalità e bilanci straordinari*, Egea, Milano 2003

Lettere consigliate

TAMBURINO A. (a cura di) *Le operazioni straordinarie*, Giuffrè Editore, Milano, 2004

SAVIOLI G., *Le operazioni di gestione straordinaria*, 2^a edizione Giuffrè Editore, Milano, 2005

PEROTTA R., GAREGNANI G., *Le operazioni di gestione straordinaria*, Giuffrè Editore, Milano, 1999

CONFALONIERI M., *Trasformazione, fusione, conferimento, scissione e liquidazione delle società*, IlSole24Ore, Milano, 2005

Modalità di accertamento

Prova scritta.

ECONOMIA INDUSTRIALE II

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Augusto Schianchi)

Il programma del corso riguarda le principali Applicazioni di Teoria dei Giochi all'Economia Industriale.

La parte iniziale del corso verrà svolta rapidamente, dal momento che è già stata trattata nei programmi di Economia Politica I e di Economia Industriale. Nel corso una particolare attenzione verrà rivolta alle applicazioni di economia industriale ed ai corrispondenti esercizi.

Ulteriori informazioni ed aggiornamenti in merito al programma sono disponibili sulla pagina web del docente.

Testo d'esame

L'esame verterà esclusivamente sull'esposizione ed esercizi svolti in aula o distribuiti a lezione. Per gli studenti che non frequentano e che non sono in alcun modo in grado di seguire il corso si raccomanda:

GIBBONS R., *Teoria dei giochi*, Edizioni Il Mulino, 1994.

Per gli esercizi si raccomanda:

LI CALZI M., *Teoria dei giochi*, Edizioni ETAS, 1995.

Modalità di accertamento

L'esame è scritto e prevede la risoluzione di esercizi con la correlata trattazione della parte teorica. I dettagli organizzativi verranno comunicati durante il corso.

ELEMENTI DI ECONOMIA TRIBUTARIA

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Marco Ziliotti)

Obiettivi

Il corso si propone di offrire un quadro del sistema fiscale italiano.

L'approccio, di tipo economico, dopo aver passato in rapida rassegna i principali elementi che caratterizzano la struttura di un sistema fiscale, si sofferma sulle singole imposte presenti nel sistema italiano, con un approfondimento di quelle sul reddito di impresa.

Programma

- Classificazione delle imposte
- Elementi costitutivi dell'imposta e criteri di prelievo
- Imposta personale sui redditi
- L'imposizione sulle società
- L'imposizione dei redditi di capitale
- IRAP, ICI: i tributi locali
- IVA e altre imposte indirette.

Testi d'esame

BOSI P. e GUERRA M.C., *I tributi nell'economia italiana*, Il Mulino, Bologna (ultima edizione)

Modalità di accertamento

Prova scritta con domande aperte.

ISTITUZIONI E DOTTRINE ECONOMICO-AZIENDALI COMPARATE (RAGIONERIA INTERNAZIONALE)

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof. Stefano Azzali)

Obiettivi

Nell'ambito dei processi di integrazione nell'Unione Europea e a livello mondiale, il corso intende approfondire il tema dell'armonizzazione internazionale delle informazioni di bilancio ed illustrare il ruolo di tali informazioni nell'ambito di un funzionamento efficiente ed efficace dei mercati economici e finanziari. Particolare attenzione è riservata ai principi contabili internazionali dell'International Accounting Standards Board (IASB) in quanto riferimento obbligatorio per la redazione dei bilanci nelle società quotate, nelle banche ed altre istituzioni finanziarie, nelle assicurazioni.

Programma

Il corso sviluppa i seguenti temi:

- L'armonizzazione dei bilanci nei paesi della Comunità Europea con i principi contabili internazionali dello IASB
- Evoluzione storica dello IASB e degli strumenti per realizzare l'armonizzazione internazionale
- Lo schema concettuale dello IASB, gli IAS – IFRS, le SIC
- Gli schemi di bilancio secondo i principi contabili internazionali (stato patrimoniale, conto economico, rendiconto finanziario, prospetto delle variazioni di patrimonio netto) e le innovazioni relative alla nota integrativa
- Le principali innovazioni nelle valutazioni di bilancio (rimanenze di magazzino, immobilizzazioni materiali, immateriali e finanziarie, attività e passività finanziarie)
- Il reddito per azione, i bilanci settoriali, i bilanci infrannuali
- Le innovazioni prodotte dai principi contabili internazionali sul bilancio consolidato
- L'influenza dei principi contabili internazionali sui processi gestionali, organizzativi e informativi delle imprese.

Testo d'esame

S. AZZALI (a cura di), *Il bilancio consolidato secondo i principi contabili internazionali*, IlSole24Ore, Milano, 2002, capitoli 1 – 10.

Lecture consigliate

P. ANDREI, *Sistemi contabili e informativa di bilancio in Francia. Tratti evolutivi e tendenze in atto*, Giuffrè, Milano, 2000.

S. AZZALI, *Il sistema delle informazioni di bilancio delle aziende di produzione, il modello dell'International accounting standards committee*, Giuffrè, Milano, 1996.

A.VIGANO' (a cura di), *Elementi di ragioneria internazionale*, EGEA, Milano, 1997.

Modalità di accertamento

Prova scritta.

PROFILI GIURIDICI DELLA GOVERNANCE E DELLE OPERAZIONI STRAORDINARIE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Lorenzo Benatti)

Obiettivi

L'insegnamento si pone la finalità di illustrare i modelli di governance previsti dal legislatore per le società di capitali e la disciplina delle principali operazioni straordinarie.

Il corso si divide in due parti.

La prima è dedicata all'analisi dei modelli di governance proposti per le società di capitali ed in particolare per la S.p.A., fornendo gli elementi per un confronto e una valutazione.

La seconda è finalizzata ad approfondire le principali operazioni straordinarie mettendo in luce le opportunità, i vincoli ed i problemi derivanti dalla disciplina attuale.

Programma

Prima parte: i modelli di *governance* nelle società di capitali

- il modello cd. tradizionale o latino,
- il modello dualistico,
- il modello monistico,
- *governance* e gruppo,
- *governance* e sindacati azionari,
- la *governance* nella s.r.l. e nelle cooperative.

Seconda parte: le operazioni straordinarie

- la trasformazione,
- la fusione (disciplina e aspetti problematici, LBO),
- la scissione,
- altre operazioni: cessione d'azienda,
- operazioni straordinarie e conferimento,
- operazioni straordinarie e recesso.

Modalità di svolgimento del corso e dell'esame

Il corso verrà tenuto analizzando gli istituti giuridici con taglio pratico,

mediante l'utilizzo e l'esame di modulistica contrattuale (clausole statutarie e delibere concernenti le operazioni straordinarie) e di casistica giurisprudenziale.

Lo studio degli argomenti proposti nel corso e la preparazione dell'esame, dovranno essere effettuati:

1. sulle norme oggetto del corso a cominciare dalle norme del codice civile relative alla governance delle società di capitali e alle operazioni straordinarie;
2. sui testi che saranno indicati nel corso delle lezioni e che saranno indicati nella pagina web del docente;
3. sui materiali didattici forniti a lezione.

Durante il corso saranno inoltre proposte testimonianze ed esercitazioni riguardanti i temi in programma e alcuni casi giurisprudenziali inerenti i diversi argomenti oggetto del corso stesso.

SISTEMI DI GOVERNANCE E REVISIONE AZIENDALE

(Parte 1 - Prof.ssa Anna Maria Fellegara) (30 ORE – 5 CFU)

(Parte 2 – Prof. Paolo Zalera) (30 ORE – 4 CFU)

Obiettivi

Il corso si prefigge l'obiettivo di approfondire i temi della *Governance* con particolare riferimento agli organi, alle funzioni e alle modalità con cui si esercita il controllo sulle azioni e sulla gestione delle imprese italiane (gruppi, società di capitale, quotate e non).

Lo studente, svilupperà:

- conoscenze approfondite sui differenti approcci al controllo contabile e di merito attribuiti dalle recenti riforme al collegio sindacale e alle società di revisione;
- competenze specifiche in tema di revisione del bilancio d'esercizio e di rilascio di ulteriori pareri a sostegno di operazioni straordinarie e di particolari fasi della vita dell'impresa (quotazioni, privatizzazioni, crisi).

Programma

Il corso è suddiviso in due parti.

La prima parte delinea i sistemi di *governance*, indagandoli nelle mutue relazioni che intercorrono tra assetti proprietari, organi di gestione e organi di controllo. Sono inoltre indagate funzioni e responsabilità del collegio sindacale e dei revisori, nonché i principi di indipendenza e le norme deontologiche che assistono gli organi di controllo.

Un approfondimento sul tema della diffusione delle informazioni economico-finanziarie e sulle modalità di apprezzamento e garanzia della loro affidabilità per la tutela degli interessi istituzionali e il più efficace controllo della gestione completa il quadro teorico di riferimento.

La seconda parte affronta le tematiche proprie della revisione contabile in ottica economico-aziendale. Il sistema di controllo interno. I rischi del processo di revisione. La revisione del bilancio d'esercizio.

Testo d'esame prima parte

FELLEGARA A.M., *Strutture d'impresa e tutela degli interessi istituzionali*, Giuffrè, Milano 2005.

Testo d'esame seconda parte

MARCHI L, *Principi di Revisione Contabile. Un approccio per cicli operativi*, Giuffrè, Milano, 2005.

Testo consigliato seconda parte

LIVATINO, PECCHIARI, POGLIANI, *Auditing*, EGEA, MILANO, 2005.
Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri, *Principi di Revisione*, Giuffrè, Milano, 2002.

Per entrambe le parti sono disponibili sul sito del corso specifiche raccolte di materiale didattico (casi di studio, documenti e riproduzioni dei lucidi utilizzati a lezione).

Modalità di accertamento prima e seconda parte

La preparazione dello studente è accertata mediante due prove scritte, ciascuna relativa alla specifica parte, che possono essere sostenute nello stesso appello o in appelli distinti.

SISTEMI DIREZIONALI DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof. Andrea Cilloni)

Obiettivi

Il corso approfondisce l'analisi dei sistemi di programmazione e controllo con particolare attinenza ai processi decisionali del management. Analizza l'apporto che il sistema di planning & control offre alla razionalizzazione delle decisioni aziendali in un contesto caratterizzato da rischio, incertezza, caos deterministico e asimmetria informativa mediante un approccio bayesiano. Esamina la progettazione e la valutazione dei sistemi di controllo, delineando i costi diretti e indiretti connessi ai comportamenti direzionali. Espone i caratteri progrediti del *budgeting* e, più in generale, di *management accounting*. I modelli decisionali e di *budgeting* sono sperimentati con l'ausilio di applicativi di simulazione in contesti stocastici e tramite sistemi informativi integrati, *Enterprise Resources Planning*.

Programma

- Forme e obiettivi del controllo manageriale
- Progettazione e valutazione dei sistemi di controllo
- Sistemi di pianificazione e di *budgeting*
- Il *budget* in contesti altamente dinamici
- Decisioni d'azienda in contesti caratterizzati da rischio e incertezza
- "Reddito psichico" nelle decisioni aziendali
- L'asimmetria informativa: azzardo morale e selezione avversa nel processo decisionale
- Attuazione delle decisioni, flessibilità e sistemi informativi
- La teoria dell'informazione-agenzia e il controllo delle decisioni del *management*
- Decentramento organizzativo e reporting per segmento
- Valutazione della dirigenza e metodi reddituali, teoria dell'agenzia, asimmetria informativa e rischio morale e modelli contrattuali incentivanti
- Softwares applicativi per la simulazione e per le decisioni aziendali

Testi d'esame

SELLERI L., *Il budget d'esercizio. Strumento di programmazione, controllo e motivazione*, ETAS, Milano, 1997.

CILLONI A., *Economia dell'informazione e sistemi contabili aziendali*, A. Giuffrè, Milano, 2004.

Dispense del docente.

Lettere consigliate

BERGAMIN BARBATO M., *Programmazione e controllo in un'ottica strategica*, UTET, Torino, 1997. Capp. I, II-11, II-12, III, IV.

BARALDI S., DE VECCHI C. (a cura di), *I sistemi di pianificazione, programmazione e controllo*, vol. II, Giappichelli, Torino, 1995.

GALASSI G., *Misurazioni differenziali, misurazioni globali e decisioni d'azienda*, Giuffrè, Milano, 1983.

TERZANI S., *Lineamenti di pianificazione e controllo*, CEDAM, Padova, 1999.

Modalità di accertamento

Prova scritta.

STATISTICA AZIENDALE E ANALISI DEI DATI

(30 ORE + seminario – 6 CFU)

(Prof.ssa Maria Adele Milioli)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire agli studenti gli strumenti più idonei per l'analisi di alcuni problemi di natura decisionale e gestionale che in azienda sono inevitabilmente trattati in condizioni di incertezza e di rischio e che trovano quindi nei metodi statistici un supporto indispensabile e scientificamente rigoroso per la loro soluzione. Una particolare attenzione viene rivolta alle tecniche di campionamento per il controllo statistico dei valori di bilancio e alle procedure di stima delle valutazioni contabili nelle attività di revisione e di certificazione di bilancio. Un cenno viene riservato anche al problema del campionamento nell'ambito dei sondaggi di opinione e delle ricerche di mercato. Altri argomenti trattati a livello introduttivo riguardano alcune problematiche statistiche relative alla scelta di un progetto di investimento, alle tecniche di segmentazione del mercato, con particolare riferimento alla cluster analysis, e alla previsione statistica.

Nella trattazione degli argomenti saranno privilegiati gli aspetti pratici e quelli di maggiore interesse per le applicazioni in ambito aziendale e verranno affrontati alcuni casi di studio.

Programma

- Elementi introduttivi
 - Il sistema informativo in azienda
 - La documentazione di base e il ruolo della statistica
- Previsione delle vendite e della domanda di mercato
 - Metodi statistici di previsione: le previsioni con i metodi di tipo esogeno e il metodo del livellamento esponenziale
- Scelta di un progetto di investimento
 - Valutazione economica di un investimento
 - Criteri di decisione e alberi di decisione
- La formazione di un campione: campioni probabilistici e campioni ragionati
 - Nel controllo statistico dei valori di bilancio
 - Nei sondaggi di opinione e nelle ricerche di mercato

- Procedure di stima delle valutazioni contabili e il trattamento del rischio di errore
- L'impiego delle tecniche di segmentazione in ambito aziendale

Testo d'esame

BRASINI S., FREO M., TASSINARI F. e TASSINARI G., *Statistica aziendale e analisi di mercato*, Bologna, Il Mulino, 2002

capitolo 1 (escluso par. 8),

capitolo 2 (escluso par. 6),

capitolo 3 (tutto)

capitolo 5 (escluso par. 4 e par. 6),

capitolo 7 (escluso par. 5 e caso 3 del par. 6).

Modalità di accertamento

Gli esami saranno in forma scritta. Gli studenti che lo desiderano potranno concordare con il docente un'integrazione orale dopo la prova scritta.

STORIA DELLE IMPRESE

(30 ORE + Seminario – 7 CFU)

(Prof. Alberto Grandi)

Obiettivi

Il corso intende ricostruire le linee evolutive del capitalismo industriale italiano dall'unificazione agli anni '90 del XX secolo. Ne verranno delineati i mutamenti strutturali e organizzativi, la funzione dello Stato e il contributo apportato allo sviluppo economico del Paese nel suo complesso. Le linee interpretative proposte, attraverso un'analisi comparativa con altri casi nazionali, cercheranno di rimarcare le specificità del processo di industrializzazione italiano, legate, in particolare, al ruolo della piccola impresa e dello Stato.

Programma

- L'industrializzazione: dall'Inghilterra al resto del mondo (prima, seconda e terza rivoluzione industriale)
- Il settore secondario in Italia prima dell'Unità e gli anni della Destra Storica
- La Sinistra Storica
- L'età Giolittiana
- La I Guerra Mondiale
- Il Fascismo
- Dalla II Guerra Mondiale alla Ricostruzione
- Il "boom" economico
- Dalla crisi degli anni '70 all'Euro

Testo d'esame

GALLINO L., *La scomparsa dell'Italia industriale*, Einaudi, 2003.

Per gli studenti frequentanti saranno indicate altre letture durante il corso.

Modalità d'accertamento

Esame orale.

TAX PLANNING INTERNAZIONALE

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof. Francesco Spinoso)

Obiettivi

Il corso ha per oggetto l'analisi e l'approfondimento delle tematiche di diritto tributario internazionale, ossia dell'imposizione tributaria sul reddito soggetto alla "sovranità fiscale" di due o più Stati, con conseguenti problemi di doppia imposizione internazionale. Il diritto tributario internazionale è regolato da norme interne, da norme internazionali in senso proprio recepite dal diritto interno (convenzioni bilaterali) e da norme comunitarie, che devono essere coordinate e correttamente interpretate in sede di applicazione. Ulteriore obiettivo del corso è quello dell'analisi e studio delle operazioni di "pianificazione fiscale internazionale" - relativamente sia alle persone fisiche che alle società – che ha per oggetto lo “sfruttamento” delle profonde diversità a livello di imposizione fiscale effettiva e di legislazione tributaria tra i vari Paesi. La pianificazione fiscale, quale strumento dinamico per ottimizzare il carico impositivo complessivo, è sempre più incentivata dalla c.d. "concorrenza fiscale" fra gli Stati (paradisi fiscali e non) nel tentativo (spesso ben riuscito) di attrarre materia imponibile e/o creare un indotto di servizi legali e finanziari all'interno del proprio territorio, con la conseguenza di creare delle distorsioni economiche generate quasi esclusivamente dalla variabile fiscale. La trattazione delle operazioni di pianificazione fiscale sarà approfondita illustrando come si applicano nella pratica professionale le norme relative alla fiscalità internazionale tramite casi di studio e la disamina critica di talune operazioni concretamente realizzate.

Programma

- Le fonti del diritto tributario internazionale e comunitario:
 - Il Modello OCSE e relativo commentario
 - Le direttive comunitarie
- Principi generali di tassazione, sovranità tributaria, doppia imposizione e misure per la sua eliminazione:
 - Residenza
 - Stabile organizzazione.
- La normativa interna, convenzionale e comunitaria in materia di redditi transnazionali:
 - redditi d'impresa;

- dividendi;
 - interessi e royalties;
 - introduzione al transfer pricing.
- Le norme anti elusive.
 - Le operazioni di riorganizzazione transfrontaliere.
 - Il Modello OCSE e i principi di non discriminazione, la c.d. procedura amichevole, la collaborazione tra stati, lo scambio di informazione in materia fiscale.
 - Introduzione alla concorrenza fiscale dannosa tra stati e codice di condotta Europeo:
 - i c.d. paradisi fiscali
 - La pianificazione fiscale delle persone giuridiche e dei gruppi d'impresa:
 - le holdings
 - le società di trading
 - le società di licensing
 - le società finanziarie.
 - La pianificazione fiscale delle persone fisiche (con particolare riferimento ai trust e le fondazioni).

Testo d'esame

Verrà fornito il materiale dal docente, utilizzando dispense, specifici articoli di riviste specializzate ed alcune parti di manuali attualmente in circolazione.

Modalità di accertamento

Esame in forma orale.

TEMI SPECIALI DI BILANCIO

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Giuseppe Galassi)

Obiettivi

Il corso intende approfondire e completare i temi di valutazione delle aziende. In particolare, dopo aver richiamato i principi basilari e l'unità del processo valutativo pur nella molteplicità delle tecniche, il corso presenta temi speciali propri della determinazione del capitale economico (economicità dei settori produttivi, valore dell'opzione, valutazione dei pacchetti azionari, valutazione di rami d'azienda e così via).

Successivamente il riferimento è alla valutazione di aziende dei molteplici settori produttivi, commerciali, industriali e di servizi, del credito e finanziari, assicurativi e ad aziende in regime di concessione amministrativa.

Programma

1. I fondamenti della determinazione del capitale d'impresa. Richiami
2. Le nuove frontiere nella determinazione del valore dell'impresa
3. Produzione del valore ed economicità dei settori produttivi
4. Premi di maggioranza, sconti di minoranza, sconti di liquidità nella valutazione dei pacchetti azionari
5. Discrezionalità del valutatore e intervallo di oscillazione del valore del capitale economico
6. Il giudizio integrato di valutazione
7. La determinazione del *full goodwill*
8. La valutazione di aziende industriali e di servizi
9. La valutazione di aziende di assicurazione
10. La valutazione di aziende di credito, di intermediazione mobiliare e di leasing finanziario
11. La valutazione di aziende in regime di concessione amministrativa.

Testo d'esame

ZANDA G., LACCHINI M., ONESTI T., *La valutazione delle aziende*, V edizione, Giappichelli, Torino, 2005, capp. 19, 20; 23, 24; 27 a 29.

GUATRI L., BINI M., *Impairment, 1: Il valore potenziale controllabile*, EGEA, Milano, 2003

GUATRI L., BINI M. (a cura di), *Impairment, 5: Le valutazioni per il bilancio: la stima del full goodwill*, EGEA, Milano, 2006

Lecture consigliate

- CATTANEO M., *Principi di valutazione del capitale d'impresa*, Il Mulino, Bologna, 1998.
- COPELAND T., KOLLER T., MURRIN J., *Valuation. Measuring and Managing the Value of Companies*, Wiley, New York, 1990.
- DONNA G., *La creazione di valore nella gestione dell'impresa*, Carocci, Roma, 1999.
- FERRERO G., *La valutazione economica del capitale d'impresa*, Giuffrè, Milano, 1966.
- GALASSI G., *Misurazioni differenziali, misurazioni globali e decisioni d'azienda*, Giuffrè, Milano, 1984.
- GREGORY A., *Valuing Companies*, Woodhead and Faulkner, Hemel Hempstead, 1992.
- GUATRI L., BINI M., *Nuovo trattato sulla valutazione delle aziende*, Egea, Milano, 2005.
- MATHUR S.S., KENYON A., *Creating Value*, Butterworth and Heinemann, Oxford, 1997.
- WEST T.L., JONES J.D., *Handbook of Business Valuation*, Wiley, New York, 1992.

Modalità di accertamento

Prova scritta.

LAUREA SPECIALISTICA

in

“FINANZA E RISK MANAGEMENT”

Obiettivi formativi

Il corso di laurea specialistica in Finanza e Risk Management intende formare laureati esperti nella gestione di prodotti e portafogli finanziari e nell'analisi e gestione dei rischi bancari e finanziari nonché, più in generale, dei rischi economici d'impresa.

Il piano formativo consente di:

- acquisire una solida conoscenza di metodologie quantitative e di discipline aziendali ed economiche, in particolare mediante la comprensione degli strumenti del calcolo matematico applicato all'economia dei prodotti e dei mercati finanziari, della finanza delle assicurazioni e dei modelli aziendali di analisi del rischio degli operatori bancari, finanziari e assicurativi;
- sviluppare la capacità di applicare tali metodologie e strumenti al campo della finanza, in termini di analisi degli scenari internazionali, implementazione di modelli decisionali nei mercati finanziari e nel governo delle aziende, analisi e sviluppo dei processi gestionali tipici delle diverse categorie di intermediari finanziari;
- acquisire conoscenze interdisciplinari, in particolare nei settori giuridico e dell'economia che, congiuntamente alle competenze sviluppate in ambito economico-aziendale e quantitativo, permettono di affrontare le problematiche aziendali in ottica integrata;
- sviluppare un profilo culturale coerente con le abilità richieste per le posizioni di responsabilità nel governo e amministrazione delle aziende.

Sbocchi professionali

Possibili ambiti occupazionali per chi consegue la laurea specialistica in Finanza e Risk Management comprendono:

- società di gestione del risparmio, organi di vigilanza del sistema finanziario e società di valutazione del rating finanziario;
- uffici tecnici e uffici di programmazione delle organizzazioni ed aziende del sistema finanziario;
- attività di libero professionista nell'area finanziaria e assicurativo-previdenziale e di consulente o responsabile della gestione dei rischi aziendali e dei processi assicurativi;
- gestore di portafogli, analista finanziario e specialista altamente qualificato nei mercati finanziari.

Agli operatori di tali ambiti si fa riferimento per la verifica della coerenza tra i contenuti del piano formativo ed i profili professionali richiesti dal mercato.

Struttura del corso

Il percorso della laurea specialistica in Finanza e Risk Management si articola su due anni e prevede l'ottenimento di 120 crediti da parte dello studente. Il piano formativo, riportato nella tabella sottostante, si suddivide al secondo anno di corso in due curricula:

- “Gestione dei rischi bancari e finanziari”, a carattere aziendale;
- “Metodi e modelli per la finanza”, a carattere quantitativo.

La scelta del curriculum deve essere effettuata nel secondo anno di corso. Il calendario delle lezioni è organizzato, in linea di massima, in modo che la parte finale del secondo anno possa essere interamente dedicata alla preparazione della prova finale.

PRIMO ANNO		CFU	
Metodi e modelli per gli strumenti finanziari		5	
Analisi finanziaria		5	
Rischi operativi aziendali		5	
Gestione del rischio		5	
Economia dei mercati finanziari		5	
Previsioni finanziarie		5	
Credit risk management		5	
Diritto dei mercati finanziari		10	
Storia dei mercati finanziari		5	
Diritto tributario per le decisioni finanziarie		5	
Attività formative scelte dallo studente (*)		6	
SECONDO ANNO		CFU	
Tecnica delle assicurazioni		5	
Gestione dei rischi finanziari delle imprese		5	
Curriculum in Metodi e modelli per la finanza		Curriculum in Gestione dei rischi bancari e finanziari	
	CFU		CFU
Matematica per la finanza	10	Gestione del capitale e creazione del valore nelle banche	5
Statistica dei mercati finanziari – progredito	5	Controllo strategico degli intermediari finanziari	5
Gestione del rischio – corso progredito	5	Gestione delle imprese di assicurazione	5
Finanza delle assicurazioni e della previdenza	5	Strumenti avanzati di gestione finanziaria	5
		Finanza applicata	5
		CFU	
Idoneità linguistica (Inglese - corso avanzato)		5	
Prova finale		19	
Totale crediti		120	

I 6 CFU previsti per le **Attività formative a scelta dello studente** possono essere acquisiti scegliendo tra le seguenti alternative:

a) superamento dell'esame di un insegnamento della durata di 30 ore (o superiore) oppure di due insegnamenti della durata di 18 ore. La scelta può essere fatta tra gli insegnamenti attivati nell'ambito di una laurea specialistica della Facoltà (elencati in questa Guida), fatto salvo il divieto di reiterazione degli esami (non devono pertanto essere scelti insegnamenti che, pur diversi nella denominazione rispetto a quelli previsti nel piano formativo della laurea specialistica in Finanza e Risk Management, abbiano però rispetto a questi un contenuto equivalente sostenimento di due o più insegnamenti tra quelli attivati nell'ambito di una laurea specialistica della Facoltà e tra quelli attivati come liberi (ulteriori informazioni alle pagg. 11 e 179 della presente Guida);

b) svolgimento di attività extra-curricolari coerenti con le finalità del corso di laurea specialistica, per le quali deve essere richiesta un'autorizzazione preventiva (il regolamento è disponibile sul sito web della Facoltà, all'indirizzo <http://economia.unipr.it/stage.asp>). Tra le attività extra-curricolari ammesse rientrano:

c) stage e tirocini presso istituzioni finanziarie, uffici finanziari e uffici risk management di aziende o società di consulenza;

attività lavorative svolte o in corso di svolgimento nel settore finanziario e del risk management, riconoscibili tramite la presentazione di idonea documentazione;

d) attività formative diverse, coerenti con le finalità della laurea specialistica, riconoscibili tramite la presentazione di idonea documentazione.

Ammissione

Si vedano innanzitutto le indicazioni contenute nella Sezione "Informazioni Generali Importanti" della presente Guida.

Al corso di laurea specialistica in Finanza e Risk Management, sono ammessi senza debiti formativi i laureati triennali in Economia e Finanza della Facoltà di Economia di Parma.

Per i laureati triennali in possesso di un'altra laurea appartenente alla Classe 17 o alla Classe 28, conseguita presso la Facoltà di Economia dell'Università di Parma o in altro Ateneo, i debiti formativi sono fissati nella misura massima di 10 CFU, e specificamente si richiede l'acquisizione (accertata mediante regolare esame) delle competenze sviluppate nei seguenti insegnamenti:

Economia del mercato mobiliare (60 ore)

oppure

Economia monetaria (istituzioni) (30 ore) + **Pianificazione finanziaria** (30 ore)

oppure

Economia monetaria (istituzioni) (30 ore) + **Corporate banking** (30 ore).

Lo studente che, nell'ambito del corso di studio di primo livello, abbia già sostenuto esami relativi ad insegnamenti con contenuto equivalente a quelli sopra specificati, è ammesso senza debiti formativi (o con un numero di debiti formativi ridotto in relazione all'attività già svolta).

Gli studenti laureati in corsi di laurea della classe 17 di Altri Atenei o in corsi di laurea della classe 28 che fanno richiesta di immatricolazione alla laurea specialistica dovranno dichiarare, all'atto della richiesta di immatricolazione, gli esami che intendono sostenere a titolo di debito, compilando apposita scheda predisposta dalla Segreteria Studenti.

Per informazioni contattare:

Annamaria Olivieri

Professore Ordinario

[Dipartimento Di Economia](#)

Via Kennedy, 6 - 43100 Parma

tel. 0521032387 - fax: 0521032385

Email: annamaria.olivieri@unipr.it

Pagina Web nel sito della Facoltà di Economia:

<http://economia.unipr.it/docenti/OLIVIERI>

Contenuti dei corsi

Per agevolare la piena comprensione dei contenuti formativi della laurea specialistica in Finanza e Risk Management, nel seguito si presentano sinteticamente i contenuti dei singoli insegnamenti, specificandone obiettivi, metodologie, crediti, modalità di esame e docente di riferimento, ove già nominato alla data in cui questa Guida va in stampa.

ANALISI FINANZIARIA

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Massimo Regalli)

Obiettivi

L'intermediazione finanziaria, modulata dagli intermediari e dai mercati finanziari, definisce con modalità rispettivamente diverse le soluzioni di governo delle imprese (*corporate governance*). I soggetti che hanno diritti iscritti nel passivo delle imprese hanno, infatti, modalità incisive per determinare o, almeno, per influenzare le decisioni di rilievo nella definizione della strategia aziendale, nella scelta del management, nell'attuazione di strategie di espansione, nell'affrontare problemi di gestione di fattori di crisi e in altri casi di rilievo. Il mercato finanziario è anche il luogo dove si contende la proprietà delle imprese, ossia dove si definiscono le modificazioni dell'assetto di controllo e, quindi, di governo delle imprese.

Il primo obiettivo del corso è esaminare con quali modalità si contende la proprietà delle imprese nella prassi dei mercati finanziari dei paesi sviluppati e, in particolare, nel contesto italiano. Obiettivo di secondo livello è esaminare con quali regole si esercitano i diritti di proprietà da parte degli azionisti e con quali altre regole si esercitano i condizionamenti sul governo dell'impresa da parte dei finanziatori a titolo di debito. Il corso, che in ragione dell'oggetto analizzato potrebbe in linea generale consentire approcci disciplinari diversi, ha una precisa focalizzazione aziendalistica.

Programma

La corporate governance: definizioni e ambito di studio

Il mercato della proprietà delle imprese

- Il mercato per il controllo delle società quotate (le regole e il funzionamento)
- Il ruolo degli investitori istituzionali
- Diritti e ruolo delle minoranze nelle società quotate
- La raccolta di nuovi capitali sul mercato di borsa
- La definizione di una strategia di remunerazione degli azionisti
- Il mercato per il controllo delle banche
- L'accesso alla quotazione
- La gestione delle crisi aziendali

- Le privatizzazioni
- Le operazioni di finanza straordinaria

L'esercizio dei diritti di proprietà

- Le regole e i ruoli in un consiglio di amministrazione
- I meccanismi di controllo
- Gli obiettivi del management e quelli degli azionisti
- Gli obiettivi degli obbligazionisti e quelli degli azionisti
- Gli obiettivi delle banche finanziatrici e quelli degli azionisti.

Testi d'esame

Verranno comunicati all'inizio del corso.

Modalità di accertamento

Prova orale.

CONTROLLO STRATEGICO DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Luciano Munari)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire le conoscenze necessarie per comprendere le modalità attraverso le quali le banche possono creare valore per i loro azionisti attraverso la creazione di valore per i loro clienti. Dopo avere illustrato le caratteristiche essenziali dell'ambiente competitivo in cui operano le banche italiane e le scelte strategiche adottate per affrontarlo, si affronteranno i temi del marketing bancario e del controllo strategico fornendo i riferimenti concettuali e le metodologie operative adottabili per avere successo nei rapporti con la clientela. I temi del corso verranno presentati sia dal punto di vista teorico-concettuale sia dal punto di vista pratico-operativo, attraverso le testimonianze di esperti del settore. I temi del corso verranno affrontati anche discutendo i risultati di un *banking game*, cui parteciperanno gli studenti frequentanti.

Programma

- L'evoluzione dell'ambiente competitivo nel sistema creditizio italiano
- La risposta strategica delle banche e il ruolo delle concentrazioni
- La creazione del valore e le relazioni con il mercato
- La gestione delle banche come aziende di servizi
- La segmentazione della clientela: problemi e soluzioni
- Il concetto di prodotto bancario
- La catena del valore e le strategie competitive
- Il *pricing* dei servizi bancari
- Il ruolo della comunicazione
- La distribuzione dei servizi bancari e la multicanalità
- L'importanza della gestione del personale
- Il sistema informativo e la *business intelligence*
- Il controllo di gestione e gli indicatori di performance commerciale
- Il controllo di qualità e la *customer satisfaction*
- Il concetto e gli strumenti del *Customer Relationship Management*
- Elementi di activity based costing nelle banche.

Testi d'esame

Selezione di letture proposte in aula dal docente.

Modalità di accertamento

L'accertamento del grado di apprendimento dei contenuti del corso avverrà, a scelta dello studente, attraverso un esame orale o attraverso una prova scritta. Per i frequentanti, la discussione dei risultati del *banking game* costituirà elemento integrativo della valutazione finale.

CREDIT RISK MANAGEMENT

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Paola Schwizer)

Obiettivi

Il corso intende sviluppare le conoscenze e le competenze degli studenti in merito a:

- le chiavi di comprensione della profonda evoluzione dell'attività bancaria, con particolare riferimento alle innovazioni nei processi e negli strumenti alla base dell'attività creditizia;
- i modelli per la costruzione di rating interni e i principi per una corretta impostazione dei processi di affidamento, anche alla luce dei nuovi orientamenti della vigilanza internazionale;
- l'impatto delle innovazioni citate sull'organizzazione, sui modelli di gestione e sulle relazioni fra banche e imprese.

Lo studente si avvicina alle concrete problematiche di gestione delle banche sviluppando competenze di general management e acquisisce competenze specialistiche di credit risk management spendibili sia all'interno di banche e intermediari finanziari, sia in società di consulenza sia infine nelle società informatiche che stanno accompagnando l'evoluzione delle banche.

Il corso comprende lezioni ed approfondimenti operativi svolti anche con il supporto di testimoni.

Programma

- La nuova definizione di rischio di credito
- Le basi del credit risk management
- La vigilanza internazionale e il nuovo accordo Basilea 2
- I credit risk models e i sistemi di rating
- La diffusione dei rating nelle banche
- Il ruolo delle agenzie di rating e dell'informativa esterna
- L'implementazione del sistema di rating: il processo di rating assignment
- I processi di rating quantification
- Le Autorità di Vigilanza e il processo di validazione dei rating interni

- Il contesto e la strategia delle banche italiane.

Testi d'esame

DE LAURENTIS G., CASELLI S., *Miti e verità di Basilea 2*, EGEA, Milano, 2004 (Capitolo 1).

SIRONI A., *Rischio e valore nelle banche*, EGEA, Milano, 2005 (Parte terza).

Modalità di accertamento

È prevista una prova di accertamento orale.

DIRITTO DEI MERCATI FINANZIARI

(60 ORE – 10 CFU)

(Modulo I – Prof. Antonio Giovati)

(Modulo II – Prof. Luca Di Nella)

Obiettivi

L'insegnamento (unico) è diviso in due Parti, tenute rispettivamente dai Proff. A. Giovati e L. Di Nella.

Modulo I - Profili istituzionali (Prof. A. Giovati): questa parte si pone la finalità di illustrare il sistema del diritto delle banche, degli intermediari finanziari e dei mercati, delineando anche i lineamenti del sistema delle assicurazioni e dei relativi mercati. Il corso è suddiviso in tre moduli. Nel primo verranno affrontati gli argomenti relativi alle problematiche giuridiche ed all'evoluzione dell'ordinamento finanziario, alla sua struttura organizzativa di vertice e al sistema di vigilanza. Nel secondo verranno analizzate le discipline sull'attività bancaria, finanziaria e d'investimento, nonché quella sui soggetti, ossia le banche, gli intermediari finanziari, le imprese di investimento ed i gestori, le assicurazioni. Nel terzo verranno infine esposte le normative relative ai mercati regolamentati e non, al loro funzionamento, alle società di gestione ed alla vigilanza.

Modulo II - Profili contrattuali (Prof. L. Di Nella): questa parte si pone la finalità di illustrare il sistema del diritto della comunicazione e dell'informazione del consumatore nel diritto comunitario e nella corrispondente disciplina dell'ordinamento interno, con specifico approfondimento dei temi relativi ai mercati dei prodotti bancari, finanziari e assicurativi. Il corso è di conseguenza suddiviso in due moduli. Nel primo verranno affrontati gli argomenti della costituzione economica comunitaria - con particolare riguardo alla tutela del consumatore ed alla libertà di scelta sul mercato interno ad esso garantita - e del sistema normativo dell'autonomia contrattuale e dell'informazione consumeristica. Nel secondo verranno analizzate le discipline del diritto interno improntate sull'informazione del consumatore, a partire dall'autonomia contrattuale e dalla l. n. 281/98 sui diritti dei consumatori e degli utenti. Nel dettaglio verranno esposte le normative relative alla pubblicità ingannevole e comparativa, alle clausole vessatorie nei contratti dei consumatori, alla trasparenza nei contratti dei consumatori, ai contratti di commercializzazione a distanza di servizi finanziari, ai contratti bancari e del mercato finanziario, ai contratti di assicurazione.

Programma

Parte I - Profili istituzionali.

Modulo 1 - L'ordinamento finanziario e il sistema dei controlli.

- Problematiche giuridiche ed evoluzione dell'ordinamento finanziario.
- Struttura organizzativa di vertice.
- Il sistema di vigilanza.
- Sistema delle assicurazioni.

Modulo 2 - L'attività bancaria, finanziaria e d'investimento ed i soggetti.

- L'attività bancaria, finanziaria e d'investimento.
- Le banche.
- Gli intermediari finanziari.
- Le imprese di investimento ed i gestori.
- Le assicurazioni.

Modulo 3 - I mercati.

- I mercati regolamentati e non regolamentati.
- Le società di gestione.
- La vigilanza.

Parte II - Profili contrattuali

Modulo 1 - Il sistema comunitario.

- La costituzione economica comunitaria.
- Il regime della concorrenza. La libertà di scelta del consumatore.
- Il sistema comunitario delle regole di informazione.
- L'autonomia contrattuale e le regole di informazione nel diritto derivato.

Modulo 2 - Il sistema interno.

- Autonomia contrattuale e tutela del consumatore.
- La pubblicità ingannevole e comparativa.
- La disciplina delle clausole vessatorie nei contratti dei consumatori.
- La disciplina della trasparenza nei contratti dei consumatori.
- La commercializzazione a distanza di servizi finanziari.
- I contratti bancari e del mercato finanziario.
- I contratti di assicurazione.

Testi d'esame

Parte I - Profili istituzionali: CAPRIGLIONE F. (a cura di), *Diritto delle Banche degli Intermediari finanziari e dei Mercati*, Bari, 2003, pp. 17-147; 177-355.

Parte II - Profili contrattuali: il materiale bibliografico per l'esame verrà indicato all'inizio del corso.

Modalità di accertamento

Il corso si articolerà in 60 ore di lezione in aula, durante le quali avranno luogo anche esercitazioni aventi ad oggetto casi pratici e seminari di esperti. L'esame finale è unico e consiste in una prova scritta basata su domande aperte.

DIRITTO TRIBUTARIO PER LE DECISIONI FINANZIARIE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Angelo Busani)

Obiettivi

Il corso, dopo aver fornito alcune notazioni tributarie di base, si propone la finalità di approfondire la materia dei proventi di natura finanziaria conseguiti dai privati ai fini dell'imposta sul reddito delle persone fisiche (Irpef) e di quelli conseguiti dalle imprese ai fini dell'imposta sul reddito delle società (Ires) e del reddito d'impresa nell'imposta sul reddito delle persone fisiche (Irpef).

Programma

Dopo un'analisi dei principi generali (principio di competenza, criteri di valutazione, etc.), si analizzano le tematiche delle norme fiscali che influenzano, da un lato, le decisioni finanziarie dei privati e di quelle che, d'altro lato, conseguono alle scelte finanziarie delle imprese.

I) Parte generale (6 ore)

1. Nozione di diritto tributario e di tributo/imposta
2. Le fonti - I principi costituzionali
3. Il soggetto passivo (territorialità, residenza, stabile organizzazione)
4. Il sostituto d'imposta
5. Le categorie di reddito
6. I redditi di capitale
7. I redditi d'impresa
8. I redditi diversi

II) Le decisioni finanziarie delle persone fisiche (10 ore)

1. Il risparmio finanziario
 - a. Il reddito fisso (obbligazioni, titoli di stato, etc.)
 - b. I dividendi
 - c. I fondi comuni di investimento mobiliare e immobiliare
 - d. Il risparmio gestito e amministrato
 - e. Operazioni in valuta
 - f. I contratti di assicurazione sulla vita finanziari (polizze unit linked e index linked)
 - g. Long term care / rendite

- h. I contratti derivati
- i. Capital gains
- j. Stock options

2. Il risparmio previdenziale

- a. La previdenza obbligatoria
- b. La previdenza complementare
 - I fondi pensione
 - I fondi ex 2117 c.c.
 - I piani individuali previdenziali
- c. La previdenza individuale
 - Il trattamento di fine rapporto
 - Il trattamento di fine mandato
 - Le polizze vita di puro rischio
 - Le polizze infortuni e invalidità permanente

III) Le decisioni finanziarie delle imprese (14 ore)

1. I principi generali

- a. Presupposto soggettivo (società, enti non commerciali, stabili organizzazioni) e oggettivo dell'Ires
- b. Bilancio civilistico e reddito d'impresa
- c. Beni relativi all'impresa
- d. Principio di competenza
- e. Principio di certezza e determinabilità
- f. Criteri di valutazione
- g. Principio di continuità
- h. Il regime della trasparenza

2. Fiscalità e finanza d'impresa

- a. Il reddito fisso (obbligazioni, titoli di stato, etc.)
- b. I dividendi
- c. I fondi comuni di investimento mobiliare e immobiliare
- d. Operazioni in valuta
- e. I contratti di assicurazione sulla vita finanziari a copertura del tfr e del tfm
- f. I contratti derivati
- g. Participation exemptions
- h. Thin capitalization
- i. Consolidato fiscale
- j. Leasing immobiliare
- k. La securitization

1. La cessione e l'assicurazione del credito

Testi d'esame

Per ogni lezione il docente predisporrà una dispensa di supporto e una serie di lucidi esplicativi; il materiale verrà distribuito in fotocopia e sarà disponibile sul sito internet della Facoltà.

Modalità di accertamento

L'esame verrà svolto mediante un test scritto e/o una integrazione orale.

ECONOMIA DEI MERCATI FINANZIARI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Giovanni Verga)

Obiettivi

Il corso si pone lo scopo di presentare le più recenti teorie e le relative applicazioni relative ai mercati finanziari e al credito. Molto spazio è dato ad esempi concreti tratti dalla realtà europea.

Programma

- Equilibrio del mercato di un'attività finanziaria e efficienza.
- Comunicati delle banche centrali e aspettative dei mercati.
- Tassi a breve e a lunga nella zona-Euro e USA.
- Rendimento delle obbligazioni *corporate*.
- Irregolarità e inefficienze nei mercati finanziari.
- Investitori eterogenei, equilibri e dinamiche dei prezzi.
- Bolle, giudizi umani e opinioni degli esperti.
- Credito, tassi bancari e razionamento.
- Il mercato immobiliare e il credito.

Bibliografia essenziale per il superamento dell'esame

Dispense di Economia dei Mercati Finanziari a.a. 2006/2007, disponibile sul sito internet del corso e presso l'ufficio fotocopie della Facoltà di Economia e

Testo d'esame

Sarà resa disponibile nell'*home page* del corso.

Modalità di accertamento

Prova orale con domande aperte.

FINANZA APPLICATA

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Giulio Tagliavini)

Obiettivi

Il foglio elettronico è il principale strumento di lavoro di coloro che si occupano di finanza d'impresa e, più in generale, di scelte finanziarie. Il corso si prefigge di rendere lo studente in grado di sviluppare propri modelli simulativi nel campo delle decisioni finanziarie. Questo risultato viene perseguito perfezionando la necessaria familiarità con il foglio elettronico e, parallelamente, con lo sviluppo di nuove realizzazioni operative. Nella fase iniziale del corso ci si concentra infatti sull'analisi di modelli decisionali già sviluppati; nella parte successiva ci si concentra invece sullo sviluppo di modelli nuovi. Ciò viene realizzato sulla base dell'analisi del problema prescelto e con la conseguente messa a punto di una corretta strategia per sfruttare a pieno la potenzialità della tecnologia.

Programma

- Le logiche del financial modeling e del business simulation
- Lo sviluppo e la validazione di modelli per le scelte finanziarie: l'analisi di realizzazioni già disponibili relative a casi di rilievo
- Lo sviluppo e la validazione di modelli per le scelte finanziarie: l'analisi di nuovi problemi e la messa a punto di nuove realizzazioni
- Le funzionalità più complesse offerte dal foglio elettronico.

Testo d'esame

TAGLIAVINI G. (a cura di), *Guida Excel per la finanza aziendale – L'utilizzo del foglio di calcolo nei principali problemi di analisi finanziaria*, Milano, Alpha Test 2005.

Modalità di accertamento

Esame orale con presentazione di un modello sviluppato dallo studente.

FINANZA DELLE ASSICURAZIONI E DELLA PREVIDENZA

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Annamaria Olivieri)

Obiettivi

Scopo del corso, che è un naturale proseguimento di “Tecnica delle assicurazioni”, è la presentazione di alcuni aspetti inerenti alla gestione finanziaria dei prodotti assicurativi sulla durata di vita e, più in generale, delle coperture pensionistiche private. Il corso è organizzato in tre parti: la prima fornisce un'introduzione alla possibile strutturazione tecnica degli schemi pensionistici privati. Nella seconda parte si esaminano le caratteristiche finanziarie di alcuni tra i prodotti previdenziali offerti da compagnie di assicurazione o da fondi pensione. Nella terza parte ci si occupa di alcuni rischi presenti nella gestione dei portafogli di coperture previdenziali.

Competenze acquisibili

Lo studente può maturare una significativa conoscenza degli elementi di risk management correntemente richiesti per valutare e gestire i rischi inerenti ad un portafoglio di posizioni pensionistiche private. A tale scopo, la presentazione teorica è completata da alcune esercitazioni pratiche (in ambiente Excel).

Programma

Sono trattati i seguenti argomenti.

- I prodotti assicurativi vita con prestazioni legate ai rendimenti del mercato finanziario: le assicurazioni rivalutabili, le assicurazioni unit-linked, le assicurazioni index-linked.
- L'asset-liability management di un portafoglio di prodotti previdenziali: principali elementi di valutazione.
- Il risk management dei portafogli di prodotti previdenziali: strumenti tradizionali e non tradizionali di hedging.

Al termine delle lezioni sarà fornito, su Internet, il programma dettagliato del corso.

Testo d'esame

PITACCO E., *Elementi di matematica delle assicurazioni*, Lint Editoriale, Trieste, 2002.

Ulteriori riferimenti bibliografici saranno comunicati durante le lezioni ed indicati nel programma dettagliato del corso. I file Excel relativi alle esercitazioni potranno essere scaricati dal sito del corso. La copia dei lucidi delle lezioni sarà disponibile sul sito del corso e nella Sala Fotocopie della Facoltà.

Modalità di accertamento

Colloquio orale.

Sito internet

<http://economia.unipr.it/docenti/olivieri>

GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI DELLE IMPRESE (ASSET MANAGEMENT)

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Gino Gandolfi)

Obiettivi

Negli ultimi anni, in ragione del processo di integrazione e di globalizzazione dei mercati, è cresciuta sensibilmente negli operatori economici la percezione di un crescente rischio riconducibile all'andamento dei mercati finanziari.

In ragione di tali premesse, il corso si propone di esaminare, sia i principali fattori di rischio, sia le tecniche necessarie per una corretta gestione dei rischi stessi.

L'analisi viene sviluppata con riferimento ai rischi connessi:

- ai tassi di interesse,
- ai tassi di cambio
- alla variazione dei prezzi delle principali materie prime

Programma

- La gestione dei rischi di mercato: introduzione al problema
- La valutazione, la misurazione e la gestione del rischio di tasso di interesse
- L'esposizione al rischio di tasso di interesse nelle imprese: variabili determinanti, strumenti di controllo e logiche di gestione
- Gli strumenti per la gestione del rischio di tasso di interesse
- Analisi e discussione in piccoli gruppi di un caso aziendale sulle problematiche connesse all'esposizione e alla copertura del rischio di tasso di interesse
- Il profilo economico-competitivo del rischio di cambio
- Il rischio di cambio da transazioni: monitoraggio dell'esposizione e nozione di "rischio"
- Strumenti tradizionali e strumenti derivati per la gestione del rischio di cambio
- La gestione del rischio di cambio
- Analisi e discussione in piccoli gruppi di un caso aziendale sulle problematiche connesse all'esposizione e alla copertura del rischio di cambio
- Il futures sul petrolio e sui suoi derivati: descrizione e finalità di utilizzo

- Analisi e discussione in piccoli gruppi di un caso aziendale sulle problematiche connesse all'esposizione e alla copertura del rischio di prezzo del petrolio.

Testi di riferimento

Durante la prima lezione il docente illustrerà i contenuti del corso ed indicherà il testo di riferimento. Le medesime informazioni si potranno reperire su Internet alla pagina del docente, all'indirizzo:
<http://economia.unipr.it/docenti/GANDOLFI>

Modalità didattiche

Il corso comprenderà lezioni, ma soprattutto esercitazioni in piccoli gruppi, seminari e discussioni guidate di modelli di simulazione.

Lecture consigliate

Durante il corso il docente proporrà alcune letture integrative e/o sostitutive necessarie per la preparazione dell'esame, ma soprattutto per consentire agli studenti di approfondire le tematiche trattate.

Modalità di accertamento

Esame orale.

GESTIONE DEL CAPITALE E CREAZIONE DEL VALORE NELLE BANCHE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Paola Schwizer)

Obiettivi

Il corso affronta il tema dell'allocazione del capitale di rischio nelle banche, secondo un obiettivo di ottimizzazione della combinazione rendimento/rischio e dell'impostazione della gestione in chiave di value base management. Il corso presenta quindi un taglio trasversale, che comprende:

- l'analisi dei rischi finanziari delle banche e dei relativi modelli di gestione, con particolare riferimento alle tematiche dell'asset and liability management;
- l'analisi dei modelli di misurazione dei rischi con le metodologie VAR e i principi alla base delle scelte di allocazione del capitale di rischio;
- l'analisi, condotta mediante lo studio di casi aziendali, dei modelli organizzativi funzionali all'allocazione ottimale delle risorse in chiave di valore;
- la valutazione delle implicazioni sulla corporate governance e sull'assetto delle funzioni di corporate center.

Lo studente affronta quindi, con un taglio di general management, lo studio delle principali problematiche di governo delle banche, approfondendo anche lo studio di casi reali secondo approcci propri dell'analisi strategico-organizzativa.

Il corso comprende lezioni ed approfondimenti operativi svolti anche con il supporto di testimoni.

Programma

- Le scelte di dimensione e di composizione del patrimonio nelle banche: la prospettiva regolamentare e l'ottica del management
- Dal VAR (value at risk) al CAR (capital at risk): un approccio integrato ai rischi aziendali
- Dalla misurazione del rischio all'allocazione del capitale
- L'innovazione organizzativa nelle banche e i principi di value based management

- Corporate governance e sistema dei controlli interni: i requisiti organizzativi per l'ottimizzazione del patrimonio
- Il controllo della creazione di valore: le misure di redditività corretta per il rischio
- Allocazione del capitale e formazione della strategia.

Per gli studenti frequentanti sono previsti progetti sul campo.

Testi d'esame

I testi saranno comunicati in aula dal docente.

Modalità di accertamento

È prevista una prova di accertamento orale.

GESTIONE DEL RISCHIO

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Paola Modesti)

Obiettivi

La finanza moderna è oggi un campo estremamente complesso e spesso utilizza strumenti matematici più raffinati del calcolo finanziario classico. Scopo del corso è presentare i principali argomenti della finanza quantitativa in modo piano ed accessibile, stimolando l'intuizione, senza rinunciare tuttavia agli aspetti di formalizzazione ormai indispensabili a chiunque desideri operare sui mercati finanziari.

Nel corso si illustrano le principali caratteristiche di un mercato finanziario con particolare riferimento ai mezzi derivati classici (contratti *forward*, *futures*, *swap* ed opzioni) ed alla determinazione dei loro prezzi. Un cenno alle equazioni differenziali stocastiche ed al loro significato finanziario permette di presentare il celebre modello di Black e Scholes.

Programma

— *Mercati e mezzi derivati*

Azioni, merci, valute, contratti *forward*, *futures* ed opzioni.

— *Opzioni: il modello binomiale*

L'albero binomiale. Il valore di un'opzione. Arbitraggio e non arbitraggio.

— *L'andamento aleatorio delle attività finanziarie*

La deriva. La volatilità. Il processo di Wiener. Nozioni elementari di calcolo stocastico. Il lemma di Ito. Passeggiate aleatorie.

— *Il modello di Black e Scholes*

Verso l'eliminazione del rischio: il concetto di copertura. Condizione di non arbitraggio. Le ipotesi del modello. L'equazione di Black e Scholes. Casi particolari.

Testi d'esame

WILMOTT P., *Introduzione alla Finanza Quantitativa*, EGEA, Milano, 2003.

Modalità d'accertamento

Prova scritta e/o orale.

GESTIONE DEL RISCHIO – CORSO PROGREDITO

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Enrico Moretto)

Obiettivi

Il corso mira a fornire una panoramica sui più recenti modelli di valutazione dei titoli finanziari. Partendo da basi assiomatiche vengono descritti, sia in ambito di tempo discreto che continuo, i mercati con l'intenzione di mostrare agli studenti come formalizzare alcuni fenomeni finanziari.

Programma

- Valutazione di titoli derivati (opzioni americane, barriera ,ecc.) tramite gli alberi multinomiali. Calcolo delle “*greche*” (delta, gamma, theta,...) sugli alberi.
- Teoria della struttura a termine dei tassi di interesse in ambito stocastico: i modelli di Vasicek, di Cox, Ingersoll e Ross e di Ho e Lee. Valutazione di titoli derivati sul tasso di interesse. Modelli con struttura affine.
- Valutazione di titoli obbligazionari in presenza di rischio di insolvenza; i modelli di Jarrow, Lando e Turnbull e di Duffie e Singleton.
- Cenni sulla valutazione delle obbligazioni strutturate.

Testo d'esame

Appunti delle lezioni e materiale fornito dal docente.

Testi di riferimento

WILMOTT P., *Introduzione alla Finanza quantitativa*, Egea, Milano, 2001

BJORK T., *Arbitrage Theory In Continuous Time*, Oxford University Press, Seconda Edizione, 2004.

DUFFIE D. e SINGLETON K.J., *Credit Risk : Pricing, Measurement, and Management*, Princeton Series in Finance, 2003

Modalità di accertamento

Esame in forma orale.

GESTIONE DELLE IMPRESE DI ASSICURAZIONE

(30 ore – 5 CFU)

(Prof. Claudio Cacciamani)

Obiettivi

Il corso si propone di affrontare i temi delle assicurazioni e dell'intermediazione assicurativa, considerando sia i prodotti sia la gestione delle compagnie di assicurazione.

L'ottica di indagine è essenzialmente economico-finanziaria, tale da fornire le competenze necessarie per potere affrontare correttamente le problematiche di copertura dei rischi, aziendali e personali, dal punto di vista non solo del potenziale cliente, ma anche della compagnia erogatrice del servizio.

Il corso prevede una didattica attiva, basata non solo sull'insegnamento delle nozioni tecniche e teoriche della materia, ma anche su casi e testimonianze di esponenti di spicco di compagnie di assicurazioni, della distribuzione assicurativa e del comparto della bancassurance.

Programma

- Il processo assicurativo
- I contratti assicurativi
- L'evoluzione dello scenario e del settore: compagnie tradizionali e nuovi soggetti
- Aspetti giuridici dei contratti assicurativi
- Il nuovo Codice delle Assicurazioni
- Le compagnie di assicurazione: specificità gestionali e operative
- La gestione degli investimenti delle compagnie di assicurazione
- La gestione del passivo delle compagnie di assicurazione
- Il ramo danni
- Il ramo vita
- Il bilancio delle compagnie di assicurazione
- L'analisi delle performance e il capitale economico delle compagnie di assicurazione
- La distribuzione: gli agenti
- Le reti: i broker

- Le reti: i promotori finanziari
- Marketing e comunicazione delle compagnie di assicurazione
- La bancassurance e i conglomerati finanziari

Testi d'esame

“Economia delle imprese di assicurazione”, a cura di C. Cacciamani e M. Valletta, EGEA, 2007

Modalità di accertamento

Colloquio orale.

**LINGUA INGLESE (CORSO PROGREDITO)
IDONEITA' LINGUISTICA**

(Prof. Augusto Scianchi)

Le informazioni relative all'Idoneità di Lingua Inglese (Corso progredito) saranno rese disponibili sul sito Internet della Facoltà (<http://economia.unipr.it/>)

MATEMATICA PER LA FINANZA

(60 ORE – 10 CFU)

(Prof.ssa Paola Azzimondi) (modulo 1)

(Prof.ssa Simona Sanfelici) (modulo 2)

Obiettivi

Il Corso intende fornire allo studente le conoscenze e gli strumenti matematici più utili per l'Economia e la Finanza. In particolare, esso è rivolto a chi voglia approfondire gli aspetti matematico-quantitativi della Finanza e dell'Economia ed acquisire gli strumenti utili per intraprendere una carriera operativa nell'ambito della gestione finanziaria e dell'analisi dei mercati.

Programma

Il Corso si pone come principali obiettivi l'analisi di sistemi dinamici discreti e continui in Economia e Finanza e lo studio teorico e numerico delle equazioni differenziali ordinarie e delle equazioni differenziali stocastiche. In particolare, verranno analizzati i principali modelli differenziali per la valutazione di titoli finanziari derivati. Il Corso prevede alcune ore di laboratorio informatico, durante le quali lo studente potrà sperimentare i principali concetti teorici presentati, radicandone la comprensione e l'uso attraverso l'elaborazione di programmi applicativi che utilizzano il software Matlab.

Gli argomenti trattati sono:

- Elementi di Teoria della Probabilità.
- Successioni e sistemi dinamici discreti.
- Equazioni differenziali ordinarie e sistemi dinamici continui.
- Equazioni differenziali stocastiche.
- Metodi numerici per equazioni differenziali ordinarie e stocastiche.
- Valutazione di titoli derivati.

Per ogni argomento sono previste le relative applicazioni. Eventuali variazioni ed approfondimenti di programma saranno concordati con gli studenti frequentanti e resi disponibili su Internet.

Testo d'esame

Il testo verrà segnalato durante le lezioni ed indicato nel programma dettagliato del corso. Verranno inoltre fornite dispense redatte dai docenti.

Siti internet

<http://economia.unipr.it/docenti/azzimondi>

<http://economia.unipr.it/docenti/sanfelicci>

Modalità d'esame

Prova pratica e colloquio orale.

METODI E MODELLI PER GLI STRUMENTI FINANZIARI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Enrico Moretto)

Obiettivi

Le metodologie di analisi finanziaria richiedono una serie di nozioni di tipo quantitativo che vanno dal calcolo differenziale alla teoria dell'ottimizzazione e dal calcolo delle probabilità ai processi stocastici. Scopo di questo corso introduttivo è quello di fornire gli strumenti necessari per lo studio dei modelli finanziari che verranno poi approfonditi durante il corso di studi. Ove possibile verrà usato il computer per la risoluzione di problemi concreti.

Programma

- Calcolo differenziale in più variabili: la formula di Taylor, cenni all'ottimizzazione libera e vincolata con vincoli di uguaglianza e disuguaglianza (applicazione finanziaria: modello media-varianza di Markowitz ed il Capital Asset Pricing Model).
- Programmazione lineare (P.L.): impostazione e risoluzione di problemi di P.L. mediante il metodo grafico e tramite Excel (applicazione finanziaria: teoria dell'immunizzazione finanziaria).
- Calcolo delle probabilità: richiami di calcolo integrale, variabili aleatorie e distribuzioni di probabilità (applicazioni finanziarie: *Value-at-Risk*). La teoria delle misure coerenti di rischio.

Testo d'esame

Appunti delle lezioni e materiale predisposto dal docente.

Modalità di accertamento

Prova orale.

PREVISIONI FINANZIARIE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Giovanni Verga)

Obiettivi

Lo scopo del corso è l'apprendimento delle principali tecniche di previsione e verifiche empiriche. Dopo aver presentato le principali tecniche di un software econometrico, il corso si occupa dei concetti fondamentali relativi alle analisi empiriche per poi passare a *case studies* di argomento finanziario. Il corso richiede un uso notevole del computer ed è pertanto caldamente consigliata la frequenza.

Programma

- Le principali tecniche econometriche con uso di software specialistico
- Differenti tecniche di previsione (modello econometrico, serie storiche, indicatori, etc.) con applicazioni a casi concreti.

Bibliografia essenziale per il superamento dell'esame

Dispense di Previsione Finanziarie a.a. 2006/2007, disponibile sul sito internet del corso e presso l'ufficio fotocopie della Facoltà di Economia.

Modalità di accertamento

Prova al computer con interrogazione orale.

RISCHI OPERATIVI AZIENDALI

(30 ore – 5 CFU)

(Prof. Claudio Cacciamani)

Obiettivi

Il corso intende analizzare le tematiche relative ai rischi puri d'azienda nell'ottica sia dell'efficace gestione degli stessi, valutando le alternative tra la ritenzione e il trasferimento assicurativo, sia della creazione di valore per l'azionista.

L'ottica di indagine è essenzialmente economico-finanziaria, tale da fornire le competenze assicurative a coloro i quali all'interno (direttori amministrativi e finanziari e risk managers), o all'esterno delle aziende (consulenti, brokers e periti), devono affrontare la complessa problematica della tutela del patrimonio e della capacità di reddito delle aziende.

Il corso prevede una didattica attiva, basata non solo sull'insegnamento delle nozioni tecniche e teoriche della materia, ma anche su casi e testimonianze di esponenti di spicco di compagnie di assicurazioni, di risk managers e consulenti di società internazionali..

Programma

- La tassonomia dei rischi aziendali nell'ottica di bilancio
- Le logiche di analisi dei rischi
- Gli approcci del risk management
- Il processo di identificazione dei rischi
- Il processo di valutazione dei rischi
- La valutazione della capacità di ritenzione: ritenzione e assicurazione
- La rappresentazione dei rischi nei bilanci aziendali
- I rischi dell'attivo patrimoniale
- I rischi da interruzione dell'attività di esercizio
- I rischi da responsabilità civile
- La stima dei capitali
- La riassicurazione
- Il mercato riassicurativo
- Il processo di liquidazione dei danni
- Le captive insurance
- Risk management e creazione di valore per gli azionisti

- Dal risk management all'enterprise risk management
- Il risk management nei gruppi complessi

Testi d'esame

P. PIGNOLO "La gestione e la ritenzione del rischio d'impresa", Franco Angeli, 2002

C. CACCIAMANI, "Il rischio da interruzione dell'attività di esercizio", seconda edizione, EGEA, Milano, 2006

C. CACCIAMANI, "Rischi puri e valore di impresa", Edizioni Goliardiche, 2004

Modalità di accertamento

Prova orale.

**STATISTICA DEI MERCATI FINANZIARI
CORSO PROGREDITO**

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Giorgio Gozzi)

Obiettivi

Il corso si propone di approfondire gli argomenti del corso di base di statistica dei mercati monetari e finanziari. Partendo dalle caratteristiche empiriche delle serie storiche finanziarie si analizzeranno i modelli statistici lineari e non lineari proposti in letteratura per la descrizione e la previsione della dinamica futura di tali serie.

1) Richiami sulle regolarità empiriche osservate delle serie dei rendimenti finanziari

Forma di distribuzione, dipendenza temporale e volatility clustering.

2) Processi stocastici per le serie storiche dei rendimenti finanziari

Cenni al concetto di processo stocastico. I momenti di un processo stocastico e la loro stima. Alcuni tipi di processo stocastico: *white noise*, *random walk*, autoregressivi, a media mobile. Le varie fasi della metodologia Box-Jenkins: trattamenti preliminari, identificazione, stima, verifica.

3) Modelli per l'analisi e la previsione della volatilità delle serie dei rendimenti finanziari

Concetto di volatilità. Metodi di calcolo della volatilità. I modelli ARCH e GARCH.

4) Alcuni complementi

Cenni alla valutazione della bontà della previsione e valutazione dei rischi di mercato (*Value at Risk*). Il livellamento esponenziale

Sono previste diverse esercitazioni in aula informatica su serie storiche reali mediante l'utilizzo del programma Eviews e MATLAB.

Testi consigliati

Dispensa su tutti gli argomenti del corso (disponibile presso l'ufficio fotocopie della Facoltà) e materiale didattico integrativo reso disponibile durante il corso.

Libri di approfondimento

- BUZZIGOLI L., *Modelli di analisi delle serie temporali finanziarie. Rassegna ed applicazioni di modelli di tipo ARCH*, Dipartimento Statistico, Università di Firenze, 1994.
- GALLO G.M. e PACINI B. , *Metodi quantitativi per i mercati finanziari*, Carrocci Editore, Firenze
- HAMILTON J., *Econometria delle serie storiche*, Traduzione a cura di Sitzia B., Monduzzi Editore, 1995.
- MILLS T. C., *The econometric modelling of financial time series*, Cambridge University Press, Cambridge, 1999.
- TSAY, R. , *Analysis of financial time series*, Wiley, New York, 2002

Modalità di accertamento

Colloquio orale.

STORIA DEI MERCATI FINANZIARI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Gian Luca Podestà)

Obiettivi

Il corso intende ricostruire e interpretare l'evoluzione dei sistemi creditizi, finanziari e monetari internazionali dal XIX secolo ai giorni nostri ed è rivolto a tutti coloro che, avendo desiderio di approfondire la storia della banca e della finanza, desiderano conoscerne le principali tappe evolutive, al fine di percepire le differenze tra i vari sistemi e di valutarne i possibili orientamenti evolutivi.

Programma

Una prima parte introduttiva sarà dedicata ai progressi compiuti in tali settori nell'età moderna, soffermandosi, in particolare, su alcune innovazioni tecniche che, concepite in tale epoca, avrebbero contribuito nell'età dell'industrializzazione ad accelerare lo sviluppo (titoli di credito, banconote, borsa, etc.). La seconda parte illustrerà l'evoluzione dei sistemi bancari dal XIX secolo ai giorni nostri (le banche centrali, i sistemi bancari inglese, tedesco, francese e italiano). La terza parte, infine, si soffermerà sulla nascita e sull'evoluzione del sistema monetario internazionale dall'avvento del *gold standard* ai giorni nostri.

Testi d'esame

FELLONI G., *Moneta, credito e banche in Europa: un millennio di storia*, Genova, 1997, dispense a disposizione degli studenti presso il servizio fotocopie della facoltà (solo pp. 1-175);

ALLEN L., *Il sistema finanziario globale. Dal 1750 ad oggi*, Bruno Mondadori, Milano, 2002 (pp. 1-216).

Modalità d'accertamento

L'esame si svolge in forma orale. Gli studenti frequentanti possono concordare con il docente una breve dissertazione scritta.

STRUMENTI AVANZATI DI GESTIONE FINANZIARIA (FINANZA IMMOBILIARE)

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Claudio Cacciamani)

Obiettivi

Il corso intende fornire le conoscenze e le tecniche di analisi fondamentale per l'investimento professionale di risorse finanziarie nel campo immobiliare. La progressiva finanziarizzazione del settore, infatti, ha portato sia alla nascita di nuovi strumenti sia alla diffusione dall'estero di forme innovative di intermediazione e finanziamento.

Dopo l'inquadramento iniziale dell'economia del mercato immobiliare, si esaminano le problematiche di valutazione del rendimento/rischio degli investimenti e del costo effettivo dei finanziamenti immobiliari, per poi entrare nel merito delle tipologie e della gestione dei fondi comuni di investimento immobiliare. Si conclude con l'illustrazione delle modalità di gestione dinamica di ampi patrimoni immobiliari da parte di investitori istituzionali, quali le operazioni di spin off e di cartolarizzazione e con i project finance di tipo immobiliare.

Programma

- Il mercato real estate: andamento e prospettive. La finanziarizzazione del settore immobiliare
- Il rendimento di un investimento immobiliare: tecniche di valutazione
- Il rischio di un investimento immobiliare: misurazione e gestione
- La correlazione rischio/rendimento di un immobile e di un portafoglio immobiliare
- L'investimento immobiliare nell'ambito di un portafoglio multi-asset
- La correlazione tra investimenti e finanziamenti immobiliari: mutuo, leasing, società veicolo
- Gli strumenti di investimento specializzato immobiliare: un confronto internazionale
- I fondi comuni di investimento immobiliari italiani: problematiche giuridiche e fiscali
- I fondi comuni di investimento immobiliari italiani: problematiche gestionali
- La quotazione dei fondi immobiliari: analisi dei fattori determinanti

- Un confronto economico-finanziario tra veicoli di investimento immobiliare
- Gli investimenti immobiliari degli investitori istituzionali
- Gli spin off immobiliari
- La cartolarizzazione immobiliare
- Il project finance

Al corso è prevista la partecipazione, in qualità di testimoni, di qualificati esponenti sia del mercato immobiliare sia degli investitori specializzati e istituzionali che operano in esso.

Testo d'esame

“Real Estate. Manuale di economia e finanza immobiliare”, Egea, 2006, a cura di C. Cacciamani (capitoli indicati dal docente)

Modalità di accertamento

In forma orale.

TECNICA DELLE ASSICURAZIONI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Annamaria Olivieri)

Obiettivi

Scopo del corso è la presentazione dei fondamenti tecnici dell'attività assicurativa; l'approccio è pertanto quantitativo. L'analisi teorica dei principali concetti, che saranno introdotti soprattutto da un punto di vista economico-finanziario, è completata con alcune esercitazioni pratiche (in ambiente Excel) e testimonianze.

Competenze acquisibili

Il corso consente di acquisire alcuni concetti di base della gestione assicurativa. Lo studente può pertanto sviluppare competenze richieste a chi lavora all'interno di un'impresa d'assicurazione o di un fondo pensioni. D'altro canto, la conoscenza del funzionamento tecnico dei processi interni a tali organizzazioni fornisce alcune chiavi di lettura dei prodotti e servizi da esse offerti utili per valutarne, dall'esterno, la convenienza e l'efficacia. L'approfondimento di alcuni temi trattati nel corso è oggetto dell'insegnamento "Finanza delle assicurazioni e della previdenza".

Programma

Sono trattati i seguenti argomenti.

- La struttura dei prodotti assicurativi: coperture contro i danni, coperture sulla vita.
- Il pricing dei prodotti assicurativi. Classi di rischio e classi di premio. Mutualità e solidarietà. Basi tecniche per coperture assicurative contro i danni e per coperture assicurative sulla vita.
- La gestione di un portafoglio di coperture assicurative di breve termine. Riserve tecniche e surplus.
- La gestione di un portafoglio di coperture assicurative sulla durata di vita. Riserve matematiche e utili.
- Il risk management di un portafoglio assicurativo. Riassicurazione. Allocazione di capitale.

Al termine delle lezioni sarà fornito, su Internet, il programma dettagliato del corso.

Testo d'esame

PITACCO E., *Elementi di matematica delle assicurazioni*, Lint Editoriale, Trieste, 2002.

Ulteriori riferimenti bibliografici saranno comunicati durante le lezioni ed indicati nel programma dettagliato del corso. I file Excel relativi alle esercitazioni potranno essere scaricati dal sito del corso. La copia dei lucidi delle lezioni sarà disponibile sul sito del corso e nella Sala Fotocopie della Facoltà.

Modalità di accertamento

Colloquio orale.

Sito internet

<http://economia.unipr.it/docenti/olivieri>

LAUREA SPECIALISTICA

in

“SVILUPPO LOCALE, COOPERAZIONE E MERCATI INTERNAZIONALI”

Obiettivi formativi

La dimensione locale dello sviluppo ha acquistato una importanza crescente negli ultimi anni sia in riferimento ai drammatici problemi dei Paesi del sud del mondo sia in riferimento ai problemi delle aree e delle regioni in ritardo dei Paesi avanzati. L'ispirazione di fondo di questo corso è di affrontare le tematiche dello sviluppo locale in una ottica internazionale e con un approccio comparativo nella convinzione che il confronto di esperienze realizzate in contesti diversi migliori la capacità di trovare soluzioni efficaci ed originali ai problemi dello sviluppo.

Il corso si presenta come la prosecuzione ideale del percorso di uno studente che abbia acquisito i principi di base delle discipline economiche ed aziendali manifestando un particolare interesse per le problematiche dello sviluppo socioeconomico dei Paesi e delle regioni arretrate. Il corso, partendo da queste acquisizioni e da questi interessi, offre la possibilità di effettuare un approfondimento dei principi teorici dell'economia dello sviluppo e soprattutto di acquisire competenze altamente professionalizzanti nel campo della gestione di politiche e di progetti di sviluppo. L'obiettivo finale del corso è infatti di creare una figura professionale che sia in grado di contribuire al progresso sociale, economico e civile dei Paesi e delle regioni in ritardo. Più specificatamente il corso si propone di fornire agli allievi:

- capacità di analisi statistica ed economica di contesti locali nei Paesi in via di sviluppo o in aree arretrate dei Paesi avanzati;
- capacità di effettuare analisi di mercato riferite a specifiche industrie o filiere settoriali;

- capacità di animare i contesti locali mettendo in rete soggetti privati e soggetti istituzionali ai fini della promozione di azioni collettive;
- capacità di valutare il rilievo delle politiche di carattere ambientale e di politiche antidiscriminatorie riferite al genere, ai fini di uno sviluppo sostenibile e socialmente equo;
- capacità di elaborare, gestire e valutare progetti realizzati in contesti di Paesi o di regioni in ritardo;
- capacità di utilizzare i meccanismi del credito per favorire lo spin off di progetti imprenditoriali;
- capacità di interagire con gli organismi internazionali e nazionali che operano nel campo della cooperazione allo sviluppo e delle politiche strutturali europee e di utilizzare le opportunità di finanziamento da esse offerte;
- conoscenza avanzata della lingua inglese scritta e parlata.

Il corso persegue l'obiettivo di integrare conoscenze teoriche e competenze professionalizzanti. Ciascun modulo del corso sarà, per questo, di regola composto da una parte sui principi della materia e da una parte applicativa dove si utilizzeranno metodi di didattica attiva. I moduli del secondo anno, in particolare, sono concepiti per consentire agli studenti la realizzazione di un prodotto specifico sotto forma di una analisi economica, di un rapporto, di un progetto, di una valutazione.

Sbocchi professionali

Una particolarità di questo corso è di offrire due sbocchi professionali alternativi ma fungibili.

Per chi voglia cimentarsi nel campo degli aiuti ai PVS e diventare un "analista dei mercati e manager delle politiche di sviluppo locale nell'ambito della cooperazione internazionale", lo sbocco professionale è costituito da tutti gli organismi, pubblici e privati, governativi e non governativi, nazionali ed internazionali che sono attivi nella elaborazione e nell'attuazione di piani di sviluppo in questi Paesi. E' costituito inoltre da soggetti pubblici impegnati nell'ambito della cooperazione decentrata e dagli organismi privati (imprese, società di consulenza, etc.) operanti nell'ambito delle iniziative di delocalizzazione produttiva, apertura di nuovi mercati di approvvigionamento e ingresso in nuovi mercati di sbocco. Infine dalle istituzioni finanziarie impegnate nel sostegno di progetti di cooperazione economica.

Per chi voglia invece cimentarsi nel campo delle politiche territoriali diventando un "Manager delle politiche di sviluppo locale", lo sbocco professionale è costituito dalle istituzioni periferiche (Regioni, Province, Comuni, Città metropolitane), da altre istituzioni intermedie (Camere di Commercio, Organizzazioni datoriali, Sindacati, Agenzie di sviluppo locale, Consorzi d'impresa), da associazioni della società civile (culturali, ambientali, sociali), dalle società private di servizi specializzate nell'assistenza tecnica, nel monitoraggio e nella valutazione delle politiche pubbliche, dagli organismi internazionali che elaborano e gestiscono politiche di riequilibrio strutturale.

L'elevata fungibilità delle competenze acquisite nel corso consente di passare da una all'altra di queste due alternative professionali in funzione della domanda di lavoro o delle proprie scelte individuali.

La struttura del corso

Il percorso della laurea specialistica in Sviluppo Locale, Cooperazione e Mercati Internazionali si articola su due anni e offre due curricula, ciascuno dei quali prevede l'ottenimento di 120 crediti da parte dello studente, secondo il piano dei corsi indicato nella tabella che segue.

PRIMO ANNO Curriculum Locale Internazionale

Insegnamenti	CFU
Analisi della Filiera settoriale	10
Economia dello Sviluppo Locale	5
Economia dell'Ambiente	5
Economia dell'Azione Collettiva	10
Idoneità di Lingua Inglese Avanzata	5
Politiche di Genere	5
Politiche industriali per lo Sviluppo	5
Statistica Applicata	5
Storia dello Sviluppo Locale	5
Teorie dello Sviluppo Locale	5

SECONDO ANNO Curriculum Locale Internazionale

Insegnamenti	CFU
Applicazioni di microcredito	5
Diritto commerciale (contratti internazionali.)	5
Economia del Fair Trade	5
Economia dello Sviluppo II	5
Economia internazionale reale	5
Politiche di Filiera Agroalimentare	5
Valutazione progetti e politiche pubbliche	5
Attività a scelta dello studente (*)	6
Prova finale	19
Totale	120

PRIMO ANNO Curriculum Locale Nazionale

Insegnamenti	CFU
Analisi della Filiera settoriale	10
Diritto e Politiche delle Istituzioni Locali	5
Economia dello Sviluppo Locale	5
Economia dell'Ambiente	5
Economia dell'Azione Collettiva	10
Idoneità di Lingua Inglese Avanzata	5
Politiche di Genere	5
Statistica Applicata	5
Storia dello Sviluppo Locale	5
Teorie dello Sviluppo Locale	5

SECONDO ANNO Curriculum Locale Nazionale

Analisi delle politiche pubbliche	5
Economia e politiche urbane	5
Le politiche di coesione dell'Unione Europea	5
Le politiche europee dei trasporti	5
Marketing del Territorio	5
Turismo e marketing dei beni culturali	5
Valutazione progetti e politiche pubbliche	5
Attività a scelta dello studente (*)	6
Prova finale	19
Totale	120

(*) **Attività formative a scelta dello studente** – l'acquisizione dei 6 CFU può consistere nel sostenimento di esami a scelta od eventualmente in altre attività extra-curricolari (quali stage, tirocini, ecc.) che dovranno essere preventivamente autorizzate dal Referente del corso.

Per quanto riguarda il conseguimento dei crediti delle attività a scelta tramite la modalità più consueta, cioè il superamento di esami, gli studenti possono attingere a qualsiasi insegnamento previsto dagli ordinamenti didattici dell'a.a. 2006/2007 ("insegnamenti obbligatori) degli altri corsi di laurea specialistica della Facoltà ed anche tra gli "insegnamenti liberi", fermo restando il divieto di reiterazione degli esami.

A tal fine, vista la particolare coerenza del tema trattato con il progetto formativo del corso, il Consiglio della Classe 64/S consiglia come fortemente caratterizzante il corso di **Analisi dei Dati Territoriali - 5 cfu** . (ulteriori informazioni alle pagg . 11 e 179 della presente Guida);

Nell'anno accademico 2006/07 è attivato il I anno di corso per entrambi gli indirizzi.

Per conseguire il titolo, gli studenti dovranno svolgere una tesi assegnata da uno dei docenti del corso di studi e superare l'esame di laurea. E' anche contemplata la possibilità di svolgere un periodo di tirocinio che si colloca all'interno del progetto di tesi. Sarà disponibile, sul sito della facoltà, la procedura per lo svolgimento di tale attività.

Ammissione

Si vedano innanzitutto le Informazioni Generali Importanti. Specificamente per il corso di laurea specialistica in Sviluppo Locale, Cooperazione e Mercati Internazionali, sono ammessi senza debiti formativi i laureati triennali in Economia dello Sviluppo e della Cooperazione Internazionale (classe 28) ed in Politica ed Economia per la Cooperazione Internazionale allo Sviluppo (classe 35) attivate presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Parma.

Per i laureati triennali in possesso di una laurea appartenente alla **Classe 17 o alla Classe 28**, conseguita presso la Facoltà di Economia dell'Università di Parma o altro Ateneo, i debiti formativi sono fissati nella misura massima di 10 CFU, e specificamente si richiede il superamento degli esami dei seguenti insegnamenti:

Economia dello Sviluppo – 30 ore – 5 CFU

Geografia dello Sviluppo Locale I – 30 ore – 5 CFU

Per i laureati triennali in possesso di una laurea appartenente alla **Classe 35**, presso Atenei differenti da quello di Parma, i debiti formativi sono fissati nella misura massima di 20 CFU, e specificamente si richiede il superamento degli esami dei seguenti insegnamenti:

Economia aziendale I – 30 ore – 5 CFU

Analisi dei dati economici – 30 ore – 5 CFU

Applicazioni di matematica per l'economia – 30 ore – 5 CFU
Intermediari finanziari e microcredito – 30 ore – 5 CFU

Lo studente che, nell'ambito del corso di studio di primo livello, abbia già sostenuto esami relativi ad insegnamenti con contenuto equivalente a quelli sopra specificati, è ammesso senza debiti formativi (o con un numero di debiti formativi ridotto in relazione all'attività già svolta).

Coloro che si trovano invece nella posizione di dover colmare eventuali debiti formativi della laurea triennale, hanno facoltà di utilizzare allo scopo i crediti liberi previsti dal corso di laurea specialistica prescelto, diminuendo di conseguenza il numero degli esami da sostenere per ottenere la laurea specialistica stessa.

Per i laureati triennali provenienti da **classi diverse** dalla 17, 28 e 35, di qualunque ateneo, il numero massimo di debiti formativi con cui si può essere ammessi alla Specialistica è 35. Una commissione appositamente costituita valuterà ogni singola richiesta sulla base del curriculum personale ed accademico di ciascun studente. Per avanzare la propria domanda alla commissione è sufficiente prendere contatto telefonico o via e-mail con il Manager Didattico del Corso di Laurea.

Norme per il trasferimento al Corso di L.S. della Classe 84/S

Gli Studenti provenienti da corsi di laurea specialistica di altre Facoltà e/o altri Atenei che chiedono di iscriversi al Corso di Laurea Specialistica in "Sviluppo Locale, Cooperazione e Mercati Internazionali" saranno ammessi al II anno del Corso nel caso in cui siano loro convalidati almeno 40 CFU. La carriera svolta ai fini dell'iscrizione all'anno di corso di appartenenza, verrà valutata da un'apposita Commissione.

Per informazioni contattare:

GUGLIELMO WOLLEB
Professore Ordinario
[Dipartimento Di Economia](#)
Via Kennedy, 6 - 43100 Parma
guglielmo.wolleb@unipr.it

ELENA PANCIROLI
Manager Didattico CLES
mdcles@unipr.it

Contenuti dei corsi

Per agevolare la piena comprensione dei contenuti formativi della laurea specialistica in Sviluppo Locale, Cooperazione e Mercati Internazionali, nel seguito si presentano sinteticamente i contenuti dei singoli insegnamenti, specificandone obiettivi, metodologie, crediti, modalità di esame e docente di riferimento, ove già nominato alla data in cui questa Guida va in stampa.

ANALISI DELLA FILIERA SETTORIALE

(60 ORE – 10 CFU)

(Prof.ssa Silvia Bellini)

Obiettivi

In un contesto economico e sociale in continua evoluzione le imprese devono possedere tutti gli strumenti analitici necessari per la comprensione del funzionamento del settore in cui operano.

Il Corso si propone di illustrare gli elementi concettuali di base ed i principali modelli di analisi utilizzati dalle imprese di produzione e di servizi per individuare e qualificare le caratteristiche strutturali e competitive degli ambiti concorrenziali in cui operano, al fine di scegliere un'efficace strategia e un coerente posizionamento di mercato.

L'obiettivo è duplice: da un lato, si vuole fornire una metodologia di analisi settoriale che consente di definire e studiare l'ambito competitivo e di mercato delle imprese, in un contesto reso sempre più complesso dall'innovazione tecnologica e dai cambiamenti nei modelli di consumo e di acquisto. Dall'altro lato, si illustrano le scelte strategiche che le imprese devono effettuare per operare con successo nei nuovi ambiti competitivi.

Programma

I. Il concetto di settore

- I tradizionali approcci all'analisi settoriale
- Il concetto di settore nella teoria economica: criteri economici e regole empiriche di definizione dei confini settoriali
- Il concetto di settore nella realtà operativa: sistemi convenzionali di classificazione e unità di indagine

II. Le caratteristiche strutturali del settore

- L'influenza dell'ambiente macroeconomico
- L'analisi operativa della domanda
- L'analisi operativa dell'offerta
 - La differenziazione intrasettoriale
 - La concentrazione settoriale
 - L'integrazione verticale
 - La diversificazione

III. Dinamica di settore e strategie d'impresa

- La natura dinamica dell'assetto settoriale
- Il ruolo dell'innovazione
- Concorrenza e strategia

Modalità didattiche

Il corso verrà sviluppato integrando le lezioni del docente con esercitazioni e discussione di casi.

Testi d'esame

Volpato G. (1995), Concorrenza, impresa e strategie, Il Mulino.

Per gli studenti frequentanti è possibile sostituire parti del testo con materiale presentato e discusso nelle lezioni del Corso.

Modalità di accertamento

L'accertamento della preparazione verrà realizzato con una verifica scritta, integrata su richiesta con una prova orale.

ANALISI DELLE POLITICHE PUBBLICHE

(30 ORE – 5 CFU)

(docente e programma da definire)

APPLICAZIONI DI MICROCREDITO

(30 ORE – 5 CFU)

(docente da definire)

Obiettivi

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti metodologici per comprendere le problematiche inerenti al finanziamento delle forme di impresa escluse dal mercato finanziario ordinario. Possono essere considerate come tali le microimprese, le imprese sociali, le imprese informali, che nei paesi in via di sviluppo rappresentano la tipologia imprenditoriale più diffusa. Durante il corso verranno analizzate le diverse metodologie che, nell'ambito della cooperazione internazionale, hanno contribuito al diffondersi del microcredito e della microfinanza quali modelli innovativi di sviluppo locale.

Sarà riservata una particolare attenzione agli aspetti di genere, di inclusione sociale e di approccio partecipativo. Ampio spazio verrà dato all'analisi di casi studio sia settoriali che geografici.

Programma

L'accesso ai servizi finanziari nei Paesi in Via di Sviluppo

Introduzione generale al sistema economico informale dei PVS; Analisi delle imprese informali, microimprese, attività generatrici di reddito e loro contributo al reddito familiare; Impatto sullo sviluppo locale, opportunità e vincoli di crescita, l'accesso alle risorse finanziarie per le comunità più escluse.

La microfinanza e il microcredito

I diversi approcci metodologici; I servizi offerti: definizione di prodotti e servizi, termini, condizioni e garanzie; Istituzioni erogatrici: dal fondo rotativo alle Istituzioni di Microfinanza; Reti ed associazioni locali di operatori di microfinanza.

Gli effetti della microfinanza

Sostenibilità finanziaria e valutazione di impatto sociale dei programmi di microcredito: analisi comparata di strumenti e metodologie.

Testi e modalità di accertamento

Verranno comunicati dal Docente all'inizio del corso.

**DIRITTO COMMERCIALE -
CONTRATTI INTERNAZIONALI**
(30 ore – 5 CFU)

(Docente e programma da definire)

DIRITTO E POLITICHE DELLE ISTITUZIONI LOCALI

(30 ORE – 5 CFU)

(Docente e programma da definire)

ECONOMIA DEL FAIR TRADE

(30 ORE – 5 CFU)

(Docente e programma da definire)

ECONOMIA DELL'AMBIENTE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Paolo Fabbri)

Obiettivi

Il corso si pone l'obiettivo di fornire le nozioni di compatibilità ambientale e interazione tra sistema economico e ambiente, in particolare per quanto riguarda l'uso delle risorse comuni e lo sviluppo sostenibile.

Programma

- Economia e ambiente: due parti di un insieme
- Le risorse naturali e il fallimento del mercato
- Le risorse naturali: scarsità, classificazione, misurazione
- La teoria della valutazione dei beni non scambiati sul mercato
- Calore economico, valore totale delle risorse.

Testo d'esame

TOM TIWTENBERG "Economia dell'ambiente", McGraw-Hill, 2006.

Modalità di accertamento

L'accertamento avviene con una prova scritta basata su domande aperte, o, in alternativa, con la presentazione di una breve ricerca su aspetti trattati nel corso.

ECONOMIA DELL'AZIONE COLLETTIVA

(60 ORE – 10 CFU)

(Prof. Alessandro Arrighetti)

Obiettivi

L'insegnamento si propone di analizzare le possibilità e le difficoltà della cooperazione tra gli individui e tra le organizzazioni (imprese). La letteratura su questo tema ha messo in evidenza, insieme ai vantaggi, i vincoli all'avvio e al consolidamento di soluzioni di azione collettiva. Nel corso verranno quindi approfonditi i fattori che influenzano il livello dei benefici da cooperazione, le variabili che hanno impatto sui costi (di coordinamento e di regolazione) e le condizioni che favoriscono la diffusione della cooperazione settoriali e nazionali.

Testi

A. Arrighetti (2005), "Economia dell'azione collettiva". Il testo sarà scaricabile dalla pagina web del docente.

ECONOMIA DELLO SVILUPPO 2

(30 ORE – 5 CFU)

(Docente e programma da definire)

ECONOMIA DELLO SVILUPPO LOCALE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Gilberto Seravalli)

Obiettivi

L'insegnamento comprende cinque temi: squilibri territoriali, trappole di arretratezza e trappole sociali, beni e servizi di utilità collettiva, azione istituzionale, architettura istituzionale. Nel primo si presenta la spiegazione degli squilibri territoriali. *Lo spazio è un ostacolo ma non assoluto* al libero movimento dei prodotti, della popolazione e delle imprese. Basta allora che in un luogo inizi un processo di crescita economica che essa diventa cumulativa attirando attività e risorse da altri luoghi. Le aree arretrate non riceveranno flussi di nuove risorse, ma potranno perfino perdere le loro, restando sottosviluppate anche in un contesto nazionale di crescita. D'altra parte, questo risultato implica che non è efficiente l'equilibrio generale con divari territoriali di sviluppo non temporanei; e se non è efficiente, occorre chiedersi come ovviare. Nelle aree arretrate vi sono di regola *risorse immobili inutilizzate* che potrebbero innescare un processo di sviluppo. Il secondo tema considera, nella prima parte, le *trappole di arretratezza*. Anche se la riallocazione di risorse da impieghi meno produttivi verso impieghi più produttivi innescherebbe un processo di crescita, i costi di tale riallocazione possono essere così elevati da renderne improbabile l'avvio spontaneo e graduale giacché potrebbe reggersi solo in "un blocco" di notevoli dimensioni. A questa considerazione si può, tuttavia, obiettare con l'argomento del basso costo del lavoro. Esso implica però assenza di barriere all'entrata negli impieghi più produttivi, con il risultato di esaurire molto rapidamente le potenzialità esistenti impedendo una sufficiente accumulazione (trappole sociali). Uscire dalle trappole di arretratezza e sociali combinate richiede azioni che il mercato non è in grado di propiziare, né per le esistenti opportunità di impiego delle risorse, né per il basso costo del lavoro. Ci vorranno allora *beni collettivi*, un'iniezione di utilità tale da consentire alle persone e alle organizzazioni di affrontare i costi della riallocazione verso i settori di mercato moderni più produttivi, e di affrontare in generale i rischi e le difficoltà di trasformazioni che allontanano dall'assetto statico ma garantito della società arretrata. Il terzo tema riguarda i beni collettivi in un contesto di arretratezza. Si considera dapprima la possibilità che questi vengano realizzati collettivamente dagli stessi agenti che ne trarranno utilità. E' una possibilità sottoposta a *condizioni molto severe*, non soddisfatte nelle aree arretrate. E' così inevitabile che questi beni

siano configurati come beni pubblici. Istituzioni che agiscono per lo sviluppo mediante la realizzazione di beni pubblici, e non solo mediante azioni regolative, entrano così in modo essenziale in un discorso sul decollo e la crescita delle aree sottosviluppate. Si argomenta tuttavia che tali istituzioni “che fanno” non possono essere considerate la risposta senz’altro conclusiva. In particolare lo Stato centrale e una logica di intervento settoriale (verticale) appaiono *singolarmente inefficienti*. Il quarto tema riguarda il decentramento, considerando che la risposta sia nelle istituzioni più controllabili, più vicine ai cittadini. Tuttavia, in condizioni di incertezza, la prossimità dell’azione istituzionale agli *specifici interessi* comporta un delicato problema di consenso ed un aumento della complessità dell’azione istituzionale stessa. Il risultato sarà che tale azione, certo condizionata da storia, competenza ed esperienza delle classi dirigenti, manterrà sempre un margine di indeterminazione; vi sarà sempre – cioè – lo spazio per una vera e propria “imprenditorialità istituzionale”, che come tale potrà riuscire o fallire. Il quinto e ultimo tema parte dall’idea che l’imprenditorialità istituzionale possa essere favorita, nel contesto del decentramento, da un’organizzazione dello Stato nella quale più livelli (multinazionale, nazionale, regionale, locale) interagiscono. Ciò conduce ad un’*architettura istituzionale complessa* che, se da un lato è indispensabile per la provvista di risorse, dall’altro provoca però costi di apprendimento che possono facilmente dare luogo ad azioni per lo sviluppo poco efficaci. L’architettura istituzionale offre, tuttavia, anche un rimedio alle difficoltà che produce. Vi sono peraltro condizioni da soddisfare, e tra le principali un attento disegno delle regole, una realistica prospettazione dei risultati, un’azione continua di valutazione che ne accompagni il perseguimento. E’ una via diversa da quella del puro e semplice decentramento perché implica forte responsabilità del “centro”, e un accento posto non tanto sulle politiche dal basso in quanto tali, piuttosto su forti elementi di coordinamento interistituzionale.

Testi d’esame

Gilberto Seravalli, *Nè facile né impossibile – economia e politica dello sviluppo locale*, Donzelli, Roma, 2006.

Domenico Cersosimo e Guglielmo Wolleb, *Economie dal basso – un itinerario nell’Italia locale*, Donzelli, Roma, 2006

Modalità di accertamento

Esame di regola scritto.

ECONOMIA E POLITICHE URBANE

Parte 1 - Le politiche urbane (18 ORE – 3 CFU)

Parte 2 - Le politiche della nuova programmazione (12 ORE – 2CFU)

(Prof.ssa Franca Miani)

Obiettivi

In nessun periodo della storia, come a partire dalla seconda metà del XIX secolo ad oggi, le città nel mondo sono cresciute così rapidamente e in modo tanto notevole da fare affermare che l'urbanesimo e lo sviluppo delle metropoli rappresenti al tempo stesso la causa e l'effetto del complessivo mutamento sociale e territoriale che ha coinvolto le più diverse parti del pianeta.

Le più recenti trasformazioni urbane hanno complessificato i problemi che il governo della città è chiamato ad affrontare. Si presentano nuove necessità di intervento all'operatore pubblico, con riferimento a temi di grande complessità, dal sostegno allo sviluppo locale alla promozione ed integrazione sociale; dalla rigenerazione delle zone urbane degradate alle politiche abitative. L'attore pubblico lavora con il settore privato per rispondere alla sfida globale, utilizzando gli strumenti offerti dalle nuove politiche urbane per rendere competitive le città.

Le politiche non sono tuttavia un campo astratto, ma costituiscono 'programmi d'azione' che risultano da condizioni specifiche; dall'interazione tra soggetti ben caratterizzati (tecnici, politici, rappresentanti di interessi, ecc.); in una parola, da contesti e situazioni sui quali la dimensione territoriale è molto influente. Infatti le azioni devono scaturire dal contesto locale e dalla sua corretta interpretazione.

Il futuro delle città dipende dalla sua storia che non può essere rinnegata senza provocare fratture inevitabili

Per questo motivo diventa fondamentale prima di affrontare le politiche e le strategie, analizzare le caratteristiche, l'evoluzione e gli strumenti per lo studio delle realtà urbane.

Programma

Il corso, diviso in due parti distinte e consequenziali, di cui la prima è propedeutica alla seconda., si propone di offrire un percorso degli approcci

teorici e dei modelli d'azione pubblica per la costruzione di politiche urbane, con particolare attenzione alla struttura ed alle trasformazioni della città contemporanea, agli elementi ed ai meccanismi politici e gestionali che sono più pregnanti ai fini delle identificazioni dei problemi, della definizione degli obiettivi e della scelta delle forme d'intervento, nonché dei processi d'interazione tra gli attori che producono effetti di composizione, integrazione o conflitto e stabiliscono condizioni all'efficacia delle politiche.

In particolare si affrontano le seguenti tematiche:

- Nuove categorie concettuali per le dinamiche insediative urbane.
- Dalla crisi delle città al loro rilancio. Cultura ed eventi nel processo di trasformazione urbana.
- Dalla città compatta al territorio regionale urbanizzato post metropolitano.
- Dinamica storica della pianificazione urbanistica.
- Dalle politiche di costruzione del territorio (anni Cinquanta e Sessanta) alle politiche di riqualificazione competitiva dei territori locali (che si aprono con gli anni Novanta).
- Nuove politiche e strategie per lo sviluppo e la sostenibilità urbana
- Pratiche e casi di studio internazionali e nazionali.
- Gli attori della attuale organizzazione territoriale.
- Alcune riflessioni critiche: prospettive, contraddizioni, commenti.

Modalità didattiche

L'organizzazione didattica prevede la stretta integrazione tra contenuti teorici, riflessioni sulle pratiche e casi di studio (selezionati attingendo al repertorio delle esperienze europee più avanzate), con la partecipazione di testimoni privilegiati – investiti di funzioni politiche e responsabilità operative nelle istituzioni - che potranno riferire sulla loro esperienza pratica per la costruzione e la gestione di programmi di sviluppo urbano e regionale.

Un'ampia introduzione epistemologica e metodologica, di base per la comprensione dei fenomeni da analizzare, si svolgerà con lezioni frontali.

Nella parte dedicata alle pratiche e allo studio dei casi, potrà essere proposta l'elaborazione di uno studio diretto anche in una prospettiva interdisciplinare coordinata con altre materie della stessa laurea specialistica.

Testi d'esame

Il materiale didattico verrà predisposto dal docente prima dell'inizio del corso. Durante la lezione introduttiva della prima parte, dopo avere definito

con gli studenti le modalità didattiche, si renderanno noti i testi di supporto per la preparazione dell'esame.

Modalità di accertamento

Da definire in base alle modalità didattiche scelte.

ECONOMIA INTERNAZIONALE REALE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Mario Biagioli)

Obiettivi

Il corso si propone di approfondire le conoscenze di economia internazionale acquisite nell'ambito del corso di laurea triennale, in particolare sul terreno dell'economia reale. Ci si propone di orientare lo studio non soltanto alla comprensione dei modelli teorici, ma anche alla comprensione e all'approfondimento delle questioni più rilevanti dell'attuale fase storico-economica, nonché all'esame delle caratteristiche istituzionali e delle proposte di modifica di tali istituzioni e delle regole preposte alla gestione del sistema economico internazionale.

Programma

- 1 – Il modello ricardiano e la teoria dei vantaggi comparati.
- 2 – Commercio internazionale e dotazione di risorse: il modello di Heckscher-Ohlin.
- 3 – Economie di scala, concorrenza imperfetta e commercio internazionale.
- 4 – La mobilità internazionale dei fattori.
- 5 – Gli strumenti della politica commerciale.
- 6 – L'economia politica della politica commerciale.
- 7 - La politica commerciale nei paesi in via di sviluppo.
- 8 – Controversie sulla politica commerciale.
- 10 - La globalizzazione, aspetti reali e aspetti finanziari.

Testi d'esame

- O. Blanchard: Macroeconomia (4° edizione italiana), Il Mulino, Bologna, 2006. Parte sesta ("Economia aperta"), capp. XVIII-XXI e parte nona ("L'unione economica e monetaria europea").
- Dispense e altro materiale che sarà distribuito contestualmente alle lezioni.

Modalità di accertamento

Prova scritta, eventualmente seguita da un colloquio orale.

LE POLITICHE DI COESIONE DELL'UNIONE EUROPEA

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Guglielmo Wolleb)

Obiettivi

Il corso si propone di rispondere ai seguenti interrogativi.

- Perché esiste una politica regionale europea?
- Quali sono i principi e le linee guida delle politiche regionali europee?
- Cosa sono i fondi strutturali?
- Quali problemi produce il processo di allargamento dell'Unione Europea?
- Come si valutano i principali programmi europei?

Programma

I contenuti

Nell'ambito dei fattori che hanno rivoluzionato la politica regionale italiana, un ruolo particolare verrà dedicato alle politiche per la coesione dell'Unione Europea. La nascita di una vera e propria politica regionale europea può essere datata nel 1988, anno della riforma dei fondi strutturali. L'impatto sulle politiche nazionali di quelle europee è stato da allora decisivo sul piano dei contenuti, dei metodi e delle disponibilità finanziarie.

Il modulo pertanto si propone di trattare in profondità le tematiche relative alle politiche regionali europee fino ad Agenda 2000 ed alla nuova riforma dei fondi strutturali che sta venendo alla luce in questi mesi di fine 2005. Questa analisi verrà effettuata con riferimento costante alla storia più ampia dell'Unione europea e ai cambiamenti intervenuti nella natura dell'Unione, così come sono stati codificati dai Trattati. Un'enfasi particolare sarà data alla valutazione dei principali programmi europei già realizzatisi nel nostro Paese.

Testo d'esame

Da concordare con il docente

Modalità di accertamento

Prova scritta.

LE POLITICHE EUROPEE DEI TRASPORTI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Carla Canali)

Obiettivi

L'Unione Europea ha aperto alla concorrenza i mercati nazionali dei trasporti, liberalizzando progressivamente i vari settori con il fine di creare un sistema (dei trasporti) dinamico al servizio di cittadini, imprese e governi. Il corso intende fornire una visione complessiva dei problemi che il settore della mobilità pone in termini di sostenibilità locale e comunitaria con richiami alle azioni di sostegno destinate al settore merci, a quello della logistica e ad altri settori collegati.

L'importanza crescente delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni giustificano, inoltre, un rimando ai principali programmi europei in materia. Le cui parti più significative verranno esaminate durante il corso.

Programma

- Le relazioni fra l'unione europea ed i vari Paesi
- La politica comunitaria dei trasporti
- Le Reti TEN T: conseguenze sociali, economiche e territoriali
- Le Autostrade del mare
- Le strategie per la sostenibilità ambientale
- Obiettivi dei programmi Marco Polo e Galileo.

Modalità didattiche

Il corso prevede lezioni tradizionali e l'intervento di docenti ed esperti del settore, in un'ottica di interdisciplinarietà con altre materie della laurea specialistica in oggetto.

Testi d'esame

Il materiale didattico verrà indicato dal docente.

Modalità di accertamento

Prova scritta.

Per i frequentanti possibilità di redigere un elaborato di approfondimento su un argomento del programma da concordarsi con il docente.

**LINGUA INGLESE (CORSO PROGREDITO)
IDONEITA' LINGUISTICA**

(Prof. Augusto Schianchi)

Le informazioni relative all'Idoneità di Lingua Inglese (Corso progredito) saranno rese disponibili sul sito Internet della Facoltà (<http://economia.unipr.it/>)

MARKETING DEL TERRITORIO

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Sabrina Latusi)

Obiettivi

Negli attuali contesti economici, imprese e territori coevolvono nella ricerca di vantaggi competitivi, essendo le une reciprocamente risorse critiche per la competitività degli altri. Dal lato delle imprese, le politiche competitive sono sempre più dipendenti dalle specificità del contesto territoriale e dalla qualità sistemica dell'ambiente in cui sono localizzate. Dal lato dei territori, si assiste ad un contemporaneo incremento di concorrenzialità, che impone l'adozione di logiche e di strumenti competitivi, al fine di migliorare la capacità di attrarre investimenti e di offrire alle imprese serie prospettive di radicamento in ambienti forniti di elevate esternalità.

Il corso si propone di illustrare i modelli di riferimento e gli strumenti operativi per l'implementazione di iniziative di marketing territoriale aventi come destinatari gli investitori e come obiettivo la promozione di un'area geografica al fine della localizzazione di attività logistico-produttive. In questa prospettiva, si intende fornire una visione integrata del processo di governo strategico delle condizioni insediative e dell'offerta del territorio, sia sotto il profilo delle misure volte a favorire la crescita e la competitività all'esterno della struttura produttiva locale, che delle iniziative destinate a potenziare la capacità attrattiva dell'area verso potenziali investitori esterni.

I temi del corso sono sviluppati in modo da cogliere le analogie, ma soprattutto le differenze di fondo del marketing territoriale rispetto ai modelli classici del marketing management.

Programma

- Legami tra competitività dei territori e competitività delle imprese e cause del crescente confronto competitivo tra sistemi territoriali
- Governo strategico dell'offerta territoriale e applicazione delle metodologie di marketing alle problematiche di sviluppo competitivo ed economico del territorio
- Soggetti e pubblici coinvolti nelle relazioni di scambio rilevanti per il marketing territoriale
- Definizione, contenuti e funzioni del marketing territoriale per gli investimenti

- Contenuti e processo di formulazione della strategia di marketing territoriale per gli investimenti (audit del territorio; analisi delle esigenze della domanda e dei criteri che presiedono alle scelte localizzative; analisi competitiva; selezione dei segmenti prioritari di domanda e scelte di posizionamento)
- Politiche operative di marketing territoriale per gli investimenti (politica di prodotto e ruolo degli incentivi; ruolo dell'immagine intesa come sintesi dell'identità e della missione di un luogo; targettizzazione delle comunicazioni e scelta dei messaggi e dei media; azioni di investment generating; politica di investment assistance)
- Le agenzie territoriali
- Nuovi scenari del marketing territoriale per gli investimenti in Italia e in Europa.

Modalità didattiche

Il corso verrà sviluppato con un approccio didattico tradizionale, integrato dalla presentazione e discussione guidata di iniziative di eccellenza a livello europeo ed italiano.

Testi d'esame

LATUSI S., *Marketing territoriale per gli investimenti*, Milano, Egea, 2002 (escluso capitolo 8) - *per studenti frequentati e non frequentanti*

NAPOLITANO M.R., *Dal marketing territoriale alla gestione competitiva del territorio*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 2000 (capitoli: 3, 4, 5.3, 6) - *per studenti non frequentanti*.

Raccolta di letture selezionate dal docente - *per studenti frequentanti*.

Letture consigliate (non obbligatorie per l'esame)

BELLINI N., (a cura di), *Il marketing territoriale. Sfide per l'Italia nella nuova economia*, Milano, Franco Angeli, 2000.

CAROLI M.G., *Il marketing territoriale*, Milano, Franco Angeli, 1999.

KOTLER P., HAIDER D.H. e REIN I., *Marketing Places*, New York, Free Press, 1993.

PAOLI M., *Marketing d'area per l'attrazione di investimenti esogeni*, Milano, Guerrini e Associati, 1999.

PORTER M.E., *The Competitive Advantage of Nations*, New York, The Free Press, 1990 (Ed. it., *Il vantaggio competitivo delle nazioni*, Milano, Mondadori, 1991).

PORTER M.E., *The Competitive Advantage of the Inner City*, Harvard Business Review, mag-giu, 1995.

VALDANI E. e ANCARANI F., (a cura di), *Strategie di marketing del territorio*, Milano, Egea, 2000.

Modalità di accertamento

L'accertamento della preparazione verrà realizzato con una verifica scritta.

POLITICHE DI GENERE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Maria Grazia Rossilli)

Obiettivi

Il corso intende dare un quadro di sintesi dell'evoluzione delle politiche delle Nazioni Unite e dell'Unione Europea relative ai diritti e all'uguaglianza delle donne. Intende esaminare la rilevanza delle politiche di genere nell'ambito delle politiche dello sviluppo e, in particolare, le problematiche relative alle trasformazioni del lavoro connesse con i processi di globalizzazione, flessibilizzazione e femminilizzazione. Il corso intende anche discutere le tematiche relative al lavoro femminile e illustrare i principali modelli interpretativi della discriminazione sul mercato del lavoro e della segregazione occupazionale. Il corso intende infine discutere categorie e modelli teorici che guidano l'evoluzione delle politiche di genere e la loro integrazione nell'approccio allo sviluppo economico e sociale.

Programma

Saranno trattati i seguenti temi:

- Diritti umani delle donne, divieto di discriminazione sulla base del sesso, pari opportunità nel diritto e nelle politiche internazionali : dalla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani alla Conferenza mondiale delle donne di Pechino del 1995.
- Le politiche di sviluppo: dall'approccio *Donne nello sviluppo* basato su programmi specifici per le donne (anni '70 e '80) all'approccio di *genere*, alla strategia di *gender mainstreaming* e all'integrazione del genere nei programmi politici per lo sviluppo come dimensione di tutte le politiche economico-sociali (anni '90, Conferenza mondiale di Pechino).
- Sviluppo umano, sviluppo di genere e relativi indici nell'United Nations Development Programme (UNDP). Utilità e limiti degli indici ISG (indice di sviluppo di genere) e MEG (misura dell'empowerment di genere).
- Gender Mainstreaming e gli Obiettivi di Sviluppo del Millennio.
- Il lavoro delle donne. Il dibattito teorico sul lavoro non pagato, produzione e riproduzione, il valore del lavoro delle donne. Mercato del lavoro, discriminazione sulla base del sesso e segregazione occupazionale: alcune interpretazioni.

- Globalizzazione e trasformazioni del lavoro nei PVS e nei paesi sviluppati. Flessibilizzazione e femminilizzazione del lavoro. L'impatto di genere delle politiche neo-liberiste e della riduzione del ruolo dello Stato nelle politiche sociali.

- Diritti delle donne e politiche di genere nell'UE: Carta dei diritti fondamentali dell'UE, legislazione e politiche di pari opportunità. Le pari opportunità nella strategia europea per l'occupazione e nella modernizzazione del modello sociale europeo.

- Il dibattito teorico relativo alle seguenti tematiche:

La categoria del genere.

Uguaglianza, differenza sessuale, diversità.

L'approccio basato sulle capacità.

L'approccio di gender mainstreaming.

La nozione di empowerment delle donne.

Testi d'esame

L'elenco dei testi verrà comunicato dal docente all'inizio del corso.

Modalità d'accertamento

Prova scritta

POLITICHE INDUSTRIALI PER LO SVILUPPO

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Augusto Ninni)

Obiettivi

Il corso ha come scopo l'analisi delle giustificazioni teoriche e delle esperienze pratiche dell'intervento diretto dello Stato nel sistema produttivo dei Paesi in Via di Sviluppo, con riferimenti a quanto avvenuto anche nei Paesi Industrializzati. L'analisi parte dalla giustificazione classica dei "fallimenti del mercato" per tenere poi conto dei "fallimenti del non-mercato" e dei problemi di coordinamento. Viene altresì sottolineato il vincolo teorico e pratico costituito dall'operato degli organismi sopranazionali: l'UE nei confronti dell'Europa, il WTO per i paesi in via di sviluppo.

Programma

Aspetti teorici della politica industriale. La soluzione sopranazionale: il Mercato Unico Europeo e l'avvento del WTO. Le "nuove" politiche industriali nei paesi industrializzati. Le politiche industriali nell'analisi e nell'operato del WTO e della Banca Mondiale. Le politiche industriali nei paesi in via di sviluppo: la politica per l'industria nascente e le politiche protezionistiche. Le politiche per la domanda pubblica. Le politiche per l'innovazione e le privatizzazioni. Le politiche industriali: l'approccio dell'est Asia e quello dell'America latina.

Testi consigliati

La documentazione necessaria al superamento dell'esame, e quella suggerita per approfondimenti, saranno rese disponibili al momento dell'inizio delle lezioni.

Modalità di accertamento

Prova scritta al termine del corso.

STATISTICA APPLICATA

Modulo: Statistica Sociale

Modulo: Statistica Economica

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Luigi Grossi)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire gli strumenti necessari per effettuare analisi statistiche territoriali rigorose a livello locale e a livello internazionale. Una delle esigenze più sentite sul territorio è infatti quella del reperimento di informazioni finalizzate all'impostazioni di interventi di politica economica. Le informazioni possono essere estratte da banche dati esistenti o raccolte ex-novo. Durante il corso verranno forniti alcuni strumenti statistici e informatici finalizzati all'acquisizione dei dati e alla elaborazione degli stessi a scopo sintetico, interpretativo e previsivo.

Programma

1. **Elementi di analisi statistica territoriale**
 - a. Variabilità fenomenica e variabilità territoriale
 - b. Gli effetti della contiguità delle unità territoriali
 - c. Le definizioni delle unità territoriali a livello Europeo
2. **La qualità dei dati territoriali**
 - a. Attendibilità, precisione, accuratezza, comparabilità e completezza
3. **Le fonti statistiche territoriali**
 - a. Dati sub-nazionali ottenibili dai censimenti
 - b. Le statistiche delle imprese
 - c. Fonti territoriali sul mercato del lavoro
 - d. I conti economici regionali
 - e. Il commercio con l'estero e i dati sul credito e le assicurazioni
 - f. Fonti statistiche on-line
4. **L'indagine statistica a livello sub-nazionale**
 - a. Raccolta dei dati (modalità di raccolta dei dati, il questionario e tecniche di redazione del questionario, somministrazione del questionario, il metodo CATI).
 - b. Controlli di qualità delle informazioni raccolte.
5. **Strumenti di analisi statistica ed informatica dei dati territoriali**

- a. Elaborazione ed analisi dei dati territoriali: indici di localizzazione, di specializzazione, analisi shift-share.
- b. Interpretazione dei risultati
- c. Diffusione dei risultati

Testi d'esame

Alessandro Rinaldi (2002), *Fonti informative e indicatori statistici per l'analisi socio-economica territoriale*, dispensa reperibile presso l'ufficio fotocopie della facoltà.

Modalità di accertamento

Colloquio orale

STORIA DELLO SVILUPPO LOCALE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Alberto Grandi)

Obiettivi

Il corso si propone di ricostruire e interpretare lo sviluppo industriale italiano, con particolare riferimento alla nascita e all'affermazione dei distretti industriali nelle aree della cosiddetta Terza Italia. Tale sviluppo presenta, infatti, aspetti particolari, essendo incentrato sulla presenza di piccole e medie imprese, che si caratterizzano per una forte specializzazione e un'altrettanto marcata flessibilità. Il corso intende dimostrare che il successo di questa forma di industrializzazione è un elemento strutturale dell'intero processo di sviluppo italiano (e non solo un fatto marginale) e che, in tale contesto, è stata fondamentale l'azione delle istituzioni e organizzazioni locali (sistema formativo, banche locali, enti locali, associazioni imprenditoriali, ecc.).

Contenuti

1) Il concetto di sviluppo locale; 2) L'industria italiana dall'Unità a oggi; 3) I distretti industriali nella storia economica italiana; 4) Sviluppo locale e istituzioni intermedie; 5) I casi di studio.

Testi d'esame

ARRIGHETTI A. e SERAVALLI G. (a cura di), *Istituzioni intermedie e sviluppo locale*, Roma 1999.

Per gli studenti frequentanti saranno indicate altre letture durante il corso.

Modalità di accertamento

L'esame avverrà in forma orale.

TEORIE DELLO SVILUPPO LOCALE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Fabio Sforzi)

Obiettivi

Lo sviluppo locale può essere visto come un insieme di teorie e di pratiche orientate alla comprensione del modo in cui le forze sociali, economiche e politiche favoriscono processi di cambiamento economico, muovendo dal luogo (cioè, dalla società locale) come unità d'analisi e di intervento. A partire da una riflessione critica sulle differenti concettualizzazioni dello sviluppo locale, il corso illustra gli strumenti teorici per l'interpretazione locale del cambiamento economico nella prospettiva della definizione di politiche di sviluppo, anche attraverso il riferimento a esperienze realizzate in Europa e nei paesi in via di sviluppo (con particolare riguardo all'America Latina). Lo scopo del corso è fornire agli studenti le conoscenze fondamentali sullo sviluppo locale necessarie per formulare politiche coerenti.

Programma

1) Le differenti concettualizzazioni dello sviluppo locale; 2) Lo sviluppo locale come nuovo paradigma per l'interpretazione e la programmazione dello sviluppo economico; 3) Le principali teorie dello sviluppo locale; 4) Il ruolo delle istituzioni nei processi di sviluppo locale; 5) Lo sviluppo locale nell'esperienza europea e dei paesi in via di sviluppo.

Testi d'esame

Raccolta di letture a cura del docente.

Modalità di accertamento

L'esame consiste in una prova scritta. Ciascuno studente dovrà presentare un saggio critico di circa 5.000 parole sulla base della bibliografia fornita dal docente (corrispondente ai testi d'esame), integrata da un articolo su un argomento a essa collegato che sarà concordato tra lo studente e il docente, il quale terrà conto degli interessi dei singoli studenti.

TURISMO E MARKETING DEI BENI CULTURALI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Edoardo Sabbadin)

Obiettivi

La domanda di turismo e di prodotti culturali si sta espandendo e interessa segmenti sempre più ampi della popolazione. Anche le implicazioni economiche delle attività artistiche sono sempre più rilevanti: possono condizionare i flussi turistici, rivitalizzare aree urbane e creare nuove opportunità occupazionali. Le nuove tecnologie, inoltre, stanno investendo anche questi settori e stanno rivoluzionando le tradizionali modalità produttive, distributive e di comunicazione.

Il corso si propone di chiarire come le organizzazioni turistiche e culturali possono rispondere alla nuova pressione competitiva internazionale ed utilizzare le variabili di marketing per ottenere l'attenzione dei consumatori e attirare risorse.

Programma

Il corso svilupperà i seguenti temi:

- Il sistema di offerta del turismo e dei beni culturali
- La struttura della domanda di turismo e dei beni culturali
- Il marketing per il turismo, la cultura e le arti
- La segmentazione del mercato del turismo e dei prodotti culturali
- Il posizionamento competitivo dell'offerta di prodotti culturali
- Le ricerche di mercato per il marketing del turismo e dei beni culturali
- Le politiche di prezzo
- La legge di Baumol
- La comunicazione delle organizzazioni culturali
- Finanziamenti e sponsorizzazione delle attività artistiche e culturali
- Il marketing del teatro
- Il marketing dei musei
- I modelli di marketing nel settore della musica
- Il marketing del settore cinematografico
- Il piano di marketing per il turismo delle organizzazioni culturali

Testi d'esame

Dispensa a cura del docente.

Lecture consigliate

COLBERT F., *Il marketing delle arti e della cultura*, Milano, ETAS libri, 2000.

CAVES, R., *L'industria della creatività. Economia delle attività artistiche e culturali*, Milano, ETAS, 2001.

VALUTAZIONE PROGETTI E POLITICHE PUBBLICHE

(30 ORE – 5 CFU)

(Docente e programma da definire)

LAUREA SPECIALISTICA

in

“TRADE MARKETING E STRATEGIE COMMERCIALI”

Obiettivi formativi

Negli ultimi anni l'attività di marketing ha assunto sempre più una duplice configurazione: quella di consumer marketing e quella di trade marketing. La prima configurazione si riferisce alle strategie di marketing orientate al mercato della domanda finale (consumatore), mentre la seconda configurazione si riferisce alle strategie di marketing orientate al mercato della domanda intermedia (distribuzione). A seguito del cambiamento ambientale le strategie di trade marketing hanno assunto un ruolo sempre più rilevante nei processi di marketing orizzontali e verticali. In particolare tale rilevanza è stata favorita da:

- la modificazione dei modelli di consumo e di acquisto caratterizzati da una crescente domanda di servizi commerciali e da una nuova configurazione dei comportamenti d'acquisto dei consumatori;
- lo sviluppo di una vera e propria “rivoluzione commerciale” che, oltre a cambiare la struttura dei sistemi distributivi, ha influenzato sempre di più i processi di marketing delle imprese commerciali;
- la crescita dei livelli di concentrazione commerciale agli acquisti e alle vendite tali da determinare una significativa e radicale evoluzione dei rapporti di forza nelle relazioni di filiera;
- la modificazione del mix degli investimenti di marketing con un peso crescente delle attività e degli investimenti di “trade marketing” rispetto agli investimenti classici di “consumer marketing”.

Da questi fenomeni è scaturita una forte domanda di profili professionali in grado di pianificare, gestire e organizzare le politiche commerciali delle imprese operanti nei diversi stadi della filiera distributiva (imprese

industriali, imprese commerciali, imprese di logistica, agenzie di comunicazione e promozione, etc.).

In quest'ottica il corso di laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali si propone di formare delle competenze specifiche per la gestione delle problematiche commerciali e distributive finalizzate a migliorare la qualità delle politiche di vendita aziendali.

Sbocchi professionali

A seguito dei cambiamenti dei processi di marketing descritti in precedenza si è verificata una nuova configurazione delle strutture organizzative delle imprese industriali, commerciali e di servizi. Nell'ambito di questa nuova configurazione organizzativa si è progressivamente affermata una nuova domanda di profili professionali che ha assunto una particolare rilevanza quantitativa come emerge chiaramente dagli annunci di ricerca di personale pubblicati dai maggiori quotidiani. Si tratta di una domanda espressa con la stessa intensità sia dalle piccole e grandi imprese sia dalle imprese operanti nei diversi stadi della filiera (imprese industriali, imprese commerciali, imprese di logistica, agenzie di promozione e pubblicità, società di consulenza, etc.).

In particolare le figure aziendali maggiormente richieste sono:

- Marketing managers;
- Direttori di punto vendita;
- Brand managers;
- Key account managers;
- Buyers/responsabili acquisti;
- Category managers;
- Merchandising managers;
- Capi area/capi zona;
- Product managers;
- Responsabili della logistica;
- Sales managers;
- Trade marketing managers;
- Channel managers;
- Loyalty marketing managers;
- Responsabili Pianificazione Media.

Struttura del corso

Il percorso della laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali si articola su due anni e prevede l'ottenimento di 120 crediti da parte dello studente, secondo il piano dei corsi indicato nella tabella che segue.

PRIMO ANNO	CFU
Analisi dei modelli di consumo	5
Diritto della negoziazione	3
Economia dei comportamenti competitivi	5
Economia del category management	5
Economia del micromarketing	5
Economia dell'informazione e della pubblicità	5
Metodi per la logistica commerciale	5
Origine e sviluppo dei sistemi distributivi europei	5
Politiche di prezzo	5
Politiche di vendita industriale	5
Sistemi di pianificazione e controllo delle vendite	5
Attività formative scelte dallo studente (*)	9

SECONDO ANNO	CFU
Analisi delle statistiche di vendita	8
Contratti di vendita e distribuzione nel commercio internazionale	3
Data mining per il marketing	5
Diritto della legislazione commerciale	5
Economia e marketing dell'innovazione di prodotto nella distribuzione	4
In store marketing	3
Risk management e cessione dei crediti	5
Strategie di comunicazione e promozione delle imprese commerciali	4
Abilità diverse	2
Tesi finale	19
Totale crediti	120

I 9 CFU relativi alle “attività formative a scelta” dello studente possono essere conseguiti o scegliendo due o più insegnamenti tra quelli attivati nell’ambito di una laurea specialistica della Facoltà e tra quelli attivati come liberi (ulteriori informazioni circa gli “Insegnamenti a scelta” sono disponibili alle pagg. 11 e 179 della presente Guida), fermo restando il divieto di reiterazione degli esami, oppure con attività extra-curricolari (quali stage, tirocini, ecc.) per le quali deve essere richiesta un’autorizzazione preventiva. A quest’ultimo riguardo si consulti il regolamento disponibile sul sito web della Facoltà (all’indirizzo <http://economia.unipr.it/stage.asp>).

I 2 CFU previsti come “abilità diverse” possono essere colmati attraverso lo svolgimento delle seguenti attività:

- stesura di un caso aziendale;
- partecipazione ad un premio aziendale o universitario che preveda un output strutturato individuale e/o di gruppo;
- partecipazione ad un ciclo di seminari organizzati nell’ambito delle diverse lauree specialistiche;
- altre attività liberamente svolte dello studente che questi chiederà di valutare ad apposita Commissione.

I rapporti con le imprese

Nell’ambito della Laurea Specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali si è consolidato un rapporto molto stretto con il mondo economico ed aziendale tanto che i docenti coinvolgono abitualmente nell’attività didattica qualificati membri del mondo imprenditoriale, manageriale ed istituzionale. Tra le altre, negli ultimi anni sono state coinvolte realtà aziendali importanti sia nel campo industriale che distributivo come:

Auchan, Barilla, Bauli, Candy, Chanel, Coca Cola, Coop Italia, Danone Eurisko, Expert, Ferrero, Carrefour, Guru, IRI Infoscan, Kraft Foods Italia, Oréal, Leaf Italia-Sperlari, Loewe, Luxottica, MediaWorld, Merloni, Moët Hennessy, Nestlé, Conad, Parfums Christian Dior, Parmalat, Philips, Piaggio, Procter & Gamble, Sisa, Unieuro-Dixon’s, Zucchi e altre ancora.

Le attività extra-universitarie

La collaborazione con il mondo delle imprese si concretizza, inoltre, attraverso la possibilità per gli studenti di partecipare ad alcuni premi di marketing nazionali ed internazionali (Premio Philip Morris, L'Oréal International Marketing Award, etc.). In particolare, nell'ambito della Laurea Specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali, gli studenti hanno la possibilità di partecipare al "L'Oréal Target, Sales & Trade Marketing Field Project", il primo premio universitario di trade marketing a livello internazionale. Questo premio rappresenta un progetto "pilota" internazionale realizzato dal Gruppo L'Oréal in esclusiva con la Laurea Specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali della Facoltà di Economia di Parma in virtù delle competenze riconosciute anche in ambito aziendale alla "scuola di Parma" come riferimento per gli studi sul trade marketing e sulla distribuzione.

Il Trade Marketing Student Club

Nell'ambito della Laurea Specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali è stato attivato il Trade Marketing Student Club a cui gli studenti possono aderire su base volontaria. Il Trade Marketing Student Club si propone di:

- coinvolgere gli studenti in cicli di testimonianze aziendali su temi specifici;
- stimolare i migliori studenti a svolgere un'attività di studio e di ricerca su temi di attualità in collaborazione con le imprese partner;
- favorire l'ingresso dei laureati della laurea specialistica nel mondo del lavoro attraverso un servizio di raccolta e di segnalazione dei curricula alle imprese;
- organizzare Career Day di incontro tra laureati/laureandi e imprese;
- proporre la partecipazione a premi di marketing sia universitari che aziendali;
- stimolare la partecipazione a convegni nazionali ed internazionali sui temi del retailing e del trade marketing;
- promuovere occasioni di incontro periodiche tra gli studenti della laurea specialistica e i laureati della stessa.

Ammissione

Si vedano innanzitutto le Informazioni Generali Importanti. Specificamente per il corso di laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali, sono ammessi senza alcun debito formativo i laureati triennali in Marketing e in Economia & Management della Facoltà di Economia dell'Università di Parma.

Per i laureati triennali in possesso di un'altra laurea appartenente alla classe 17 o alla classe 28, conseguita presso la Facoltà di Economia dell'Università di Parma o in altro Ateneo, i debiti formativi sono fissati nella misura massima di 10 CFU, e specificamente si richiede il superamento di uno dei seguenti insegnamenti:

Marketing Distributivo (60 ore)

oppure

Marketing Internazionale (60 ore)

oppure

Marketing Operativo (60 ore).

Lo studente che, nell'ambito del corso di studi di primo livello (laurea triennale), abbia già sostenuto esami relativi ad insegnamenti con contenuto equivalente a quelli sopra specificati, è ammesso senza debiti formativi (o con un numero di debiti formativi in relazione all'attività già svolta).

Allo studente ammesso con debiti formativi è data la possibilità di recuperare attraverso i crediti liberi i CFU relativi agli insegnamenti caratterizzanti sostenuti come debito.

Per i laureati triennali in possesso di un titolo di laurea diverso dalle classi 17 e 28 si rende necessaria una valutazione specifica del piano di studi finalizzata a determinare l'ammontare di debiti formativi per l'ammissione alla laurea specialistica, che in ogni caso non può essere superiore a 35 CFU, come specificato nelle Informazioni Generali Importanti.

Per informazioni contattare:

Sebastiano Grandi
Dipartimento di Economia
Via Kennedy, 6 43100 Parma
tel. 0521-032006
Email: sebastiano.grandi@unipr.it

Edoardo Fornari
Dipartimento di Economia
Via Kennedy, 6 43100 Parma
tel. 0521-032524
Email: edoardo.fornari@unipr.it

Contenuti dei Corsi

Per agevolare la piena comprensione dei contenuti formativi della laurea specialistica in Trade Marketing e Strategie Commerciali, nel seguito si presentano sinteticamente i contenuti dei singoli corsi specificandone obiettivi, metodologie, crediti, modalità di esame e docente di riferimento, ove già nominato alla data in cui questa Guida va in stampa.

ANALISI DEI MODELLI DI CONSUMO

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Maura Franchi)

Obiettivi

L'insegnamento intende fornire un quadro d'insieme relativo alle analisi del comportamento del consumatore e alle sue implicazioni in termini di marketing management. Al fine di conseguire tale scopo saranno analizzate le tendenze in atto nei consumi collocandole all'interno dei più complessivi mutamenti sociali e focalizzando l'attenzione sui comportamenti degli individui.

Durante il corso saranno discussi criticamente alcuni approcci che hanno orientato le analisi, mettendo in luce la stretta relazione tra comportamenti di consumo e mutamenti socio-culturali, verranno quindi illustrati i principali filoni teorici di riferimento per lo studio del comportamento del consumatore e gli strumenti metodologici di ricerca in questo ambito.

Particolare attenzione verrà posta sui mutamenti negli stili di vita e su alcuni target di consumatori emergenti.

Inoltre l'attenzione sarà focalizzata sul concetto di marca, analizzando nello specifico il tipo di relazioni che si possono instaurare tra consumatore e marca, anche a seguito delle tecnologie dell'informazione e le implicazioni per le strategie di marketing.

Un tema di esemplificazione e di approfondimento specifico sarà rappresentato dai comportamenti relativi ai consumi di lusso, interpretati come espressione delle tendenze e delle ambivalenze della società globale.

Programma articolato

1. Gli approcci teorici per l'analisi del comportamento del consumatore.
2. La società post moderna e il consumo come linguaggio. Le tante identità del consumatore
3. Dai bisogni ai desideri: il nuovo protagonismo delle emozioni.
4. La dematerializzazione dei prodotti che divengono simboli. Il nuovo significato del lusso.
5. Il mainstream dell'individualismo: significati e implicazioni (la crescita dei consumi relativi al corpo e al benessere)
6. Trend sociali e trend di consumo (estetizzazione della vita quotidiana, nuove forme di socialità ecc.)
7. Gli stili di vita e i siti valoriali

8. Ripensare ai target e rivisitare i criteri di classificazione (i giovani, gli anziani, la diversificazione dei nuclei famigliari, la società multietnica)
9. Il consumo come esperienza: verso il marketing esperienziale
10. I luoghi della distribuzione e del consumo: la valenza ricreativa dello shopping e la funzione comunicativa della vendita
11. La valenza della marca e i prodotti di culto. Il fattore prezzo
12. Tra cyberspazio e globalizzazione: l'opportunità di rifondare il rapporto con il consumatore
13. Dall'espansione del mercato all'esigenza di fidelizzazione: rivisitare le frontiere della qualità.
14. I "consumi del corpo": consumo e identità
15. Il cibo: riflessioni per interpretare i consumi alimentari oggi

Metodologia

Il corso si articolerà in 30 ore di lezione in aula, durante le quali la didattica frontale sarà integrata da seminari di esperti sugli argomenti trattati e dall'analisi di casi pratici.

Durante le lezioni verranno proposte esercitazioni che potranno essere presentate in aula e costituiranno parte integrante dell'esame.

Modalità di accertamento

Per gli studenti frequentanti l'esame sarà svolto sulle lezioni e sulla dispensa, disponibile in copisteria, contenente alcune letture di approfondimento.

Durante le lezioni sarà proposto lo svolgimento di esercitazioni che potranno costituire parte integrante dell'esame.

L'esame finale consisterà, di norma, in una prova scritta.

A scelta, gli studenti frequentanti potranno discutere la redazione di una tesina, su materiale di ricerca prodotto e concordato.

Per i non frequentanti l'esame si svolgerà in forma scritta, su un'apposita dispensa disponibile in copisteria, contenente parti di testi tratti da G.P. Fabris, *Il nuovo consumatore: verso il post moderno*, Milano F. Angeli, 2003, Peter Corrigan, *La sociologia dei consumi*, Bologna, Franco Angeli, 2004, E. Papaia, *La Rinascente*, Il Mulino, 2005

ANALISI DELLE STATISTICHE DI VENDITA

(48 ORE – 8 CFU)

(Prof. Marco Riani)

Obiettivi

Il corso intende analizzare le principali tecniche e gli strumenti statistici di supporto alle attività di pianificazione, gestione e controllo delle vendite. Una particolare attenzione sarà rivolta alle seguenti tecniche statistiche: modelli di regressione lineare multipla, analisi moderna delle serie storiche e destagionalizzazione.

Lo stile della didattica partirà dai problemi per arrivare al metodo. Ogni lezione, o gruppo di lezioni, inizierà con la presentazione di un caso reale, dei dati disponibili e delle domande che può essere interessante porsi. L'introduzione dei vari strumenti è collegata all'analisi del problema. Gli esempi sono scelti in differenti contesti applicativi. Per ogni metodo statistico illustrato si farà riferimento ad un opportuno software. Nell'ambito del corso saranno analizzati casi aziendali e promossi incontri con professionisti del settore.

Programma

Il modello di regressione lineare multiplo (specificazione, stima, verifica della validità del modello, approccio *stepwise*, usi del modello per le previsioni delle vendite).

Introduzione all'analisi moderna delle serie storiche (modellistica, previsione ed estrazione delle componenti latenti, trend ciclo e stagionalità).

Applicazioni con riferimento a diversi prodotti e a dati spaziali.

Testo d'esame

Durante il corso verrà fornito materiale didattico che sarà messo a disposizione nel sito web del docente (<http://www.riani.it>).

I testi di riferimento sono i seguenti:

Riani M., Laurini F. (2007), *Modelli statistici per l'economia con applicazioni aziendali*, Pitagora Editrice, Bologna (in corso di stampa).

I testi per eventuali ulteriori approfondimenti sono i seguenti:

PICCOLO D. (2001), *Statistica*, Il Mulino. Capitoli 23 e 24.

DAGUM E.B. (2002), *Analisi delle serie storiche, modellistica previsione e scomposizione*. Capitoli 1-8.

ATKINSON A.C. and RIANI M. (2000), *Robust Diagnostic Regression Analysis*, Springer Verlag, New York.

ATKINSON A.C., RIANI M. and CERIOLI A. (2004), *Exploring Multivariate Data With the Forward Search*, Springer Verlag, New York.

Modalità di accertamento

Prova scritta e colloquio orale. Gli studenti che lo desiderano potranno svolgere una ricerca, con relazione scritta, che concorrerà alla determinazione del voto finale.

CONTRATTI DI VENDITA E DISTRIBUZIONE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE

(18 ORE – 3 CFU)

(Prof. Stefano Poli)

Obiettivi

L'insegnamento si pone la finalità di analizzare le premesse teoriche e le tecniche di redazione dei principali contratti utilizzati nel commercio internazionale (contratto di vendita e contratti di distribuzione) ed i costi organizzativi, sul piano giuridico, dell'organizzazione di una rete distributiva all'estero.

Il corso si comporrà di due parti: la prima volta a fornire le basi giuridiche della contrattualistica internazionale (nozione di contratto internazionale, fonti, criteri per individuare la legge applicabile al contratto e le modalità per la risoluzione delle controversie). La seconda, volta ad analizzare ed approfondire i principali aspetti giuridici e le fonti normative nazionali e sovranazionali relativi ai contratti internazionali di compravendita e di distribuzione (agenzia, concessione e procacciamento d'affari).

Programma

Parte generale: le basi di contrattualistica internazionale

- la nozione di contratto internazionale
- le fonti di disciplina del contratto internazionale
- i criteri di individuazione e scelta della legge applicabile
- le modalità di risoluzione delle controversie.

Parte speciale: i contratti di compravendita e distribuzione nel commercio internazionale

- nozione e fonti di disciplina del contratto di vendita internazionale
- le obbligazioni del compratore e del venditore
- gli inadempimenti ed i rimedi
- i contratti di distribuzione: differenze tra i tipi e fonti di disciplina
- le obbligazioni del committente e dei distributori (agenti, concessionari e procacciatori)
- analisi dei costi giuridico-economici dell'organizzazione di una rete distributiva sopranazionale.

Testi d'esame

Testi e materiali d'esame verranno indicati nel corso delle lezioni.

Modalità di accertamento

Il corso si articolerà in 18 ore di lezione in aula, durante le quali la didattica frontale sarà improntata con taglio pratico, anche mediante l'analisi e la discussione di casi e di alcune bozze di contratto relative ai contratti internazionali considerati. L'esame finale è unico e consiste in una prova scritta basata su domande aperte.

DATA MINING PER IL MARKETING

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Sergio Zani)

Obiettivi

Il corso illustra l'analisi dei dati multidimensionali, con particolare riguardo al trattamento delle grandi basi di dati, sia disponibili all'interno dell'azienda (*datawarehouse*) sia di fonte esterna (banche dati e ricerche di mercato). Con il termine *data mining* si indica, infatti, il processo atto a scoprire relazioni e tendenze nuove e significative esaminando grandi quantità di dati, con l'impiego di adeguati metodi statistici e di strumenti informatici. Lo scopo è quello di fornire un supporto informativo razionale per le decisioni aziendali e per le strategie di marketing. Il corso rappresenta la naturale prosecuzione dell'insegnamento di "Analisi dei dati per il Marketing" della laurea triennale, considerando le estensioni ai *data set* di grandi dimensioni ed il trattamento dei dati qualitativi.

Contenuti

- Il data mining ed il suo ruolo nell'azienda. Cenni al *text mining* ed al *web mining*
- Le analisi esplorative e la preparazione del data set
- Metodi multidimensionali per la segmentazione dei prodotti e dei clienti: gli indici di similarità ed i metodi non gerarchici di *cluster analysis*
- Gli alberi decisionali per l'analisi del comportamento dei consumatori
- Gli indici di associazione ed il loro impiego nelle ricerche di mercato, nella *market basket analysis* e nel *web mining*

Nel corso si seguirà un approccio orientato alle applicazioni, partendo da problemi concreti d'interesse nell'ambito del marketing e mostrando le elaborazioni dei dati e le soluzioni fornite dai metodi statistici. Particolare attenzione sarà dedicata alle esercitazioni pratiche sul computer, con l'uso di software specifici.

Testi d'esame

ZANI S., *Analisi dei dati statistici*, vol. I, Giuffrè, Milano, 1997, solo il cap. VI.

ZANI S., *Analisi dei dati statistici*, vol. II, *Osservazioni multidimensionali*, Giuffrè, Milano, 2000, cap. V e VII.

Per eventuali ulteriori approfondimenti metodologici e per esempi di applicazioni in ambito aziendale si suggerisce di consultare:

HASTIE T., TIBSHIRANI R., FRIEDMAN J., *The Elements of Statistical Learning. Data Mining, Inference and Prediction*, Springer-Verlag, New York, 2001.

AZZALINI A., SCARPA B., *Analisi dei dati e data mining*, Springer, Milano, 2004.

GIUDICI P., *Data mining. Metodi informatici, statistici e applicazioni*, seconda edizione, McGraw-Hill Italia, Milano, 2005.

Materiale didattico aggiuntivo sarà reperibile nel sito del docente:

<http://economia.unipr.it/DOCENTI/home.asp?id=86>

Modalità d'accertamento

Prova scritta ed eventuale colloquio orale. Gli studenti che lo desiderano potranno svolgere una ricerca, con relazione scritta, che concorrerà alla determinazione del voto finale.

DIRITTO DELLA LEGISLAZIONE COMMERCIALE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Lorenzo Benatti)

Obiettivi

L'insegnamento si pone la finalità di illustrare le forme di organizzazione e le principali regole che condizionano l'attività delle imprese che operano nel comparto della distribuzione commerciale.

Il corso è costituito da tre moduli.

Il primo è dedicato all'analisi delle forme di organizzazione delle imprese (imprese individuali e collettive) ed all'individuazione dei criteri per la scelta di una di tali forme da parte di chi intende svolgere un'attività economica nel comparto distributivo.

Il secondo modulo è dedicato allo studio di quelle parti del diritto industriale che maggiormente incidono sulle strategie del marketing (circolazione dell'azienda, segni distintivi, concorrenza sleale, pubblicità ingannevole e comparativa).

Il terzo modulo è finalizzato ad approfondire l'analisi di alcuni istituti della legislazione commerciale che condizionano l'attività delle imprese commerciali (la disciplina del commercio, le vendite a distanza e fuori dai locali commerciali, il franchising, le vendite straordinarie, le vendite sottocosto).

Programma

Modulo uno: le forme di organizzazione dell'impresa

- l'impresa individuale: nozione e distinzioni
- le forme di organizzazione delle imprese collettive
- le società in generale e le società di persone
- le società di capitali
- i criteri di scelta della forma di organizzazione della propria impresa

Modulo due: elementi di diritto industriale

- le regole sull'azienda e la sua circolazione
- i marchi ed i segni distintivi
- le norme sulla concorrenza e la concorrenza sleale
- la pubblicità ingannevole e comparativa

Modulo tre: legislazione commerciale

- la disciplina del commercio e delle vendite straordinarie

- le vendite a distanza, fuori dai locali commerciali e il commercio elettronico
- l'affiliazione commerciale
- la disciplina delle vendite sottocosto

Testi d'esame

Lo studio degli argomenti proposti nel corso e la preparazione dell'esame, dovranno essere effettuati:

Sulle norme oggetto del corso e più precisamente: in generale le norme del codice civile relative all'impresa ed alla società; specificatamente quelle relative ad azienda, ditta, marchio e insegna (art. 2555-2574 c.c.) e alla concorrenza (art.2595-2601 c.c.); il codice della proprietà industriale (D.Lgs. 10-02-2005 n. 30); il codice del consumo (D. Lgs. 07-09-2005, n. 206) la legge sul commercio (D. Lgs. 31 marzo 1998, n.114); la legge sull'affiliazione commerciale (L. 06-05-2004 n. 129); la legge sul commercio elettronico (d. Lgs. 09-04-2003, n. 70); il regolamento relativo alle vendite sottocosto (D.P.R. 6 aprile 2001, n. 218); la disciplina regionale sulle vendite di liquidazione e di fine stagione (D.G.R. 1732/1999 e D.G.R. 2549/2003). Tutte le leggi speciali sono presenti tra i materiali didattici nella pagina web del docente.

Sulle dispense e lucidi presenti tra i materiali didattici nelle pagina web del docente.

Modalità di svolgimento del corso e di accertamento

Il corso si articolerà in 30 ore di lezione in aula, durante le quali la didattica frontale sarà integrata da seminari di esperti su vari argomenti ed esercitazioni riguardanti la costituzione di un'impresa e alcuni casi giurisprudenziali inerenti i diversi argomenti oggetto del corso stesso.

L'esame finale è unico e consiste in una prova orale. In sede di esame lo studente dovrà dimostrare di conoscere gli argomenti oggetto del corso e almeno 5 a scelta fra i casi giurisprudenziali messi a disposizione fra i materiali didattici nella pagina web del docente.

DIRITTO DELLA NEGOZIAZIONE

(18 ORE – 3 CFU)

(Prof. Luca Di Nella)

Obiettivi

L'insegnamento si pone la finalità di illustrare il sistema italo-comunitario del diritto dei contratti d'impresa, concentrando l'attenzione sia sui rapporti verticali di distribuzione sia sui rapporti del mercato finale. Nel primo modulo verranno analizzati i nuovi principi in materia contrattuale, la disciplina della concorrenza italiana e comunitaria, la normativa sulla subfornitura e sul ritardo nei pagamenti nei rapporti commerciali. Nel secondo modulo verranno studiati la categoria dei contratti di distribuzione, la somministrazione, l'agenzia, la concessione di vendita, il franchising, la licenza di marchio e la normativa comunitaria sulle intese verticali. Nel terzo modulo si affronteranno i contratti dei consumatori, la contrattazione a distanza, la vendita di beni di consumo di cui agli artt. 1519*bis* ss. cod. civ. e la disciplina della responsabilità del produttore.

Programma

Modulo 1. Il sistema italo-comunitario dei contratti d'impresa.

- Statuto del mercato e disciplina del contratto
- Il regime della concorrenza
- La subfornitura
- Il ritardo dei pagamenti nelle transazioni commerciali.

Modulo 2. I contratti di distribuzione

- La categoria dei contratti di distribuzione
- La somministrazione
- L'agenzia
- La concessione di vendita.
- Il franchising
- La licenza di marchio
- La normativa comunitaria sulle intese verticali.

Modulo 3. I rapporti con i consumatori.

- I contratti con i consumatori
- La disciplina delle clausole vessatorie nei contratti dei consumatori

- La disciplina della trasparenza nei contratti dei consumatori
- La contrattazione a distanza
- La vendita di beni di consumo (art. 1519 ss. cod. civ.)
- La disciplina della responsabilità del produttore

Testo d'esame

Il materiale bibliografico per l'esame verrà indicato all'inizio del corso.

Modalità di accertamento

Il corso si articolerà in 30 ore di lezione in aula, durante le quali la didattica frontale sarà integrata da seminari di esperti su vari argomenti e da esercitazioni aventi ad oggetto casi pratici. L'esame finale consiste in una prova scritta basata su domande aperte.

ECONOMIA DEI COMPORTAMENTI COMPETITIVI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Augusto Schianchi)

Il programma del corso riguarda le principali Applicazioni di Teoria dei Giochi allo studio dei comportamenti competitivi.

Programma

Il programma dettagliato del corso è disponibile sul sito web del docente: verranno sviluppate in modo particolare le prime venti lezioni del corso. Nel corso una particolare attenzione verrà rivolta agli esempi relativi ai comportamenti competitivi ed ai corrispondenti esercizi. Il corso è articolato su worked examples ed utilizza solo la matematica di base.

Testo d'esame

L'esame verterà esclusivamente sull'esposizione e su esercizi svolti in aula o distribuiti a lezione. Per gli studenti che non frequentano e che non sono in alcun modo in grado di seguire il corso si raccomanda:

LUCCHETTI R., *Di duelli, scacchi e dilemmi*, Edizioni Bruno Mondadori, 2002.

Modalità di accertamento

L'esame previsto è scritto e prevede la risoluzione di esercizi. I dettagli organizzativi verranno comunicati durante il corso.

ECONOMIA DEL CATEGORY MANAGEMENT

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Guido Cristini)

Obiettivi

Il corso si pone la finalità di illustrare i fondamentali principi di natura economica che regolano le attività di marketing della distribuzione commerciale despecializzata attraverso la manovra dell'assortimento.

In tale contesto, obiettivo prioritario dell'insegnamento è quello di fornire allo studente i principali strumenti applicativi utilizzati dal trade in ambito assortimentale per accrescere il grado di soddisfazione della domanda e, di conseguenza, per migliorare i risultati di ordine economico.

Il corso viene sviluppato facendo riferimento a due dimensioni.

La prima, di natura prevalentemente teorica, intende ripercorrere, sotto il profilo metodologico, il modello del marketing di categoria adottato in letteratura, analizzando le strumentazioni e le informazioni di mercato necessarie alla sua applicazione.

La seconda parte ha, invece, natura pratica ed è strutturato in modo da richiedere allo studente di applicare il modello in questione in una determinata categoria merceologica, stendendo, quindi, un category plan.

Programma

Nel dettaglio, il programma si articola come segue:

- Ruolo, rilevanza e strumenti del marketing distributivo
- Principi, modelli e applicazioni del category management
- Il quadro informativo necessario e la costruzione di un data base
- Il modello applicativo
- L'organizzazione per categoria e le ricadute per le funzioni acquisti, marketing e vendite
- Il category management realizzato dall'industria: opportunità, modalità di collaborazione, sistemi di interfaccia con la distribuzione.

Testo d'esame

LUGLI G., CRISTINI G., (2001), *Category Management. Come creare sintonia tra il marketing industriale e commerciale*, Milano, Il Sole 24 Ore, pp. 269.

Modalità di accertamento

L'esame si svolge in forma scritta con eventuale colloquio orale integrativo.
Parte della valutazione finale verte sulla modalità di realizzazione del Category plan.

ECONOMIA DEL MICROMARKETING

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof.ssa Cristina Ziliani)

Obiettivi

Il corso si propone di sviluppare in chiave specialistica il tema del marketing basato sulle informazioni, in particolare sui dati socio-demografici e comportamentali della clientela finale nei settori del largo consumo. Particolare riferimento verrà fatto ai database costruiti a partire dai programmi fedeltà delle aziende della grande distribuzione moderna, trattandosi di un'area di ricerca "di frontiera" nella quale la Facoltà di Economia di Parma ha sviluppato negli anni competenze specifiche.

L'obiettivo è quello di trasferire agli allievi le logiche economiche e le tecniche per segmentare la clientela, individuare i target, definire le azioni mirate di marketing e programmarle attraverso diversi media diretti, anche digitali, nonché quello di comprendere le logiche che guidano l'evoluzione delle nuove forme di marketing basate sull'informazione e la condivisione di tali informazioni sulla clientela tra i diversi attori dei canali di marketing.

Ove possibile, il corso sarà accompagnato da alcune testimonianze di esperti e imprese specializzate nei diversi ambiti del micromarketing, nonché dalla discussione in aula – previa lettura a casa – di case studies anche in lingua inglese.

Programma

- La crisi dei mass media e l'emergere del marketing mirato e degli in store media
- Le nuove forme di marketing basate sulle informazioni di cliente e il CRM (customer relationship management)
- Logica della segmentazione e del targeting di micromarketing
- I media per il micromarketing
- Il caso Tesco
- Il caso Swiffer
- La condivisione del patrimonio informativo tra industria e distribuzione
- Il caso BizRate e il micromarketing nel mercato virtuale
- L'impatto competitivo del micromarketing.

Testo d'esame

LUGLI G. e ZILIANI C., *Micromarketing. Creare valore con le informazioni di cliente*, UTET, Torino, 2004 o, in alternativa, se i tempi di stampa lo consentiranno, dispensa a cura del docente.

Lecture consigliate

Humby, C. and Hunt, T., *Scoring Points – How Tesco is winning customer loyalty*, 2003, Kogan Page, pp.263 (1 capitolo a scelta)

Hawkins, G., *Customer Intelligence*, Breezy Heights Publishing, NY, 2003, pp.206 (1 capitolo a scelta)

The Economist, *Crowned at last – A survey of consumer power*, April 2nd 2005, pp.14

Modalità di accertamento

Prova scritta.

ECONOMIA DELL'INFORMAZIONE E DELLA PUBBLICITA'

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Marco Ziliotti)

Obiettivi

Il corso intende, da un lato, approfondire la analisi economica dei problemi decisionali. A tale scopo, si forniscono gli strumenti che costituiscono un'aggiornata “scatola degli attrezzi” per affrontare scelte economiche in condizioni di informazione imperfetta, di cui si illustrano le applicazioni principali tramite esempi desunti da diversi ambiti della letteratura. Inoltre, vengono analizzate le più rilevanti peculiarità, sia sul lato della domanda che della offerta, dei cosiddetti "beni - informazione", con particolare riguardo alle implicazioni derivanti dall'utilizzo di sistemi di rete per la loro distribuzione.

È indispensabile la conoscenza dei principali elementi di microeconomia.

Programma

- Informazione in rete
- Standard e effetto “lock-in”
- Esternalità di rete
- Pubblicità e informazione
- Teoria dei contratti e teoria dei giochi: cenni
- “Moral hazard”: modelli e applicazioni
- “Adverse selection”: modelli e applicazioni
- Segnalazione: modelli e applicazioni.

Testi d'esame

ZILIOTTI M., *L'economia dell'informazione*. Il Mulino, 2001, oltre a materiale didattico che verrà messo a disposizione on line durante il corso.

Modalità di accertamento

Prova scritta con domande aperte.

ECONOMIA E MARKETING DELL'INNOVAZIONE DI PRODOTTO NELLA DISTRIBUZIONE

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof. Sebastiano Grandi)

Obiettivi

L'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti gli strumenti di analisi per valutare i fattori di sviluppo e le modalità di innovazione dei prodotti delle imprese commerciali. In un contesto in cui le strategie di sviluppo delle imprese possono essere sempre di più interpretate alla luce dei fenomeni di natura concorrenziale, l'innovazione di prodotto rappresenta una leva importante di competizione e di differenziazione. In particolare, le imprese commerciali si trovano ad operare in un contesto ambientale sempre più dinamico, complesso ed articolato caratterizzato da cambiamenti di natura demografica, legislativa, sociale, culturale, economica e tecnologica. Il corso si propone dunque di analizzare i vincoli allo sviluppo dei prodotti commerciali, i contenuti dei processi innovativi e di valorizzare il ruolo della evoluzione delle forme distributive nella creazione di valore per le imprese commerciali sia nei confronti del consumatore finale che del mercato intermedio. Il corso si propone, inoltre, di verificare i legami tra la prassi aziendale ed i contenuti di natura teorica e concettuale attraverso lo studio di diverse case histories di innovazione di prodotto sia nazionali che internazionali.

Programma

- Il ciclo dell'innovazione commerciale
- La natura del confronto competitivo
- Il ruolo dell'imitazione nei processi innovativi
- Le strategie di market sharing
- Le barriere all'innovazione
- Il concetto di prodotto commerciale
- I criteri di classificazione dei prodotti commerciali
- Le cause dell'innovazione commerciale
- Le dimensioni dell'innovazione commerciale
- Le relazioni tra innovazione di prodotto e di processo

- I fattori che condizionano l'innovazione nelle imprese di distribuzione
- La modificazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori
- Le leve dell'innovazione commerciale
- I casi di successo dell'innovazione commerciale.

Testi d'esame

GRANDI S., *Marketing dell'innovazione commerciale*, EGEA, Milano, 2004

Lecture consigliate:

VALDANI E., *Competition based view*, ETAS LIBRI, 2003

CASTALDO S., *Retailing & Innovazione*, EGEA, Milano, 2001

Modalità di accertamento

Per gli studenti frequentanti le modalità ed i contenuti dell'esame verranno concordati con il docente durante il corso. Per gli studenti non frequentanti l'esame si svolgerà in forma scritta sulla base dei testi d'esame.

IN STORE MARKETING

(18 ORE – 3 CFU)

(Prof.ssa Maria Grazia Cardinali)

Obiettivi

Il corso si propone di illustrare il ruolo strategico rivestito dall'innovazione nell'ambito delle strategie competitive e di marketing delle imprese commerciali moderne. In particolare, si analizzeranno i nuovi significati, i nuovi valori, i nuovi ruoli che Innovazione e Comunicazione rivestono nella creazione delle relazioni di fiducia con la clientela finale e nel mantenimento di un vantaggio competitivo stabile e duraturo.

Il corso è idealmente strutturato in tre parti. Nella prima parte si analizzano le forze ambientali e le determinanti in grado di spiegare i nuovi significati che assume l'innovazione di prodotto nel commercio. Nella seconda parte si illustrano le leve di generazione dell'innovazione commerciale, dai servizi che tradizionalmente rientrano nelle *core competence* dei distributori ai nuovi vettori che esulano dai confini settoriali e stimolano nuove forme di *intertype competition*. Infine, nella terza parte si analizza il processo decisionale e i modelli organizzativi alla base dello sviluppo dell'innovazione commerciale.

Il corso prevede l'intervento di testimonianze qualificate e l'incontro con manager delle più importanti realtà aziendali al fine di verificare la rispondenza tra i modelli teorici sviluppati e la prassi aziendale.

Programma

- L'innovazione nel retailing: dalla visione tradizionale ad un nuovo concetto di innovazione
- I driver dell'innovazione commerciale
- Le leve dell'in store marketing
- Lo shopping esperienziale
- Nuove forme di convergenza distributiva
- I nuovi valori dei punti vendita

Testo d'esame

M.G. Cardinali, *Nuove traiettorie dell'innovazione nel retailing*, Egea, Milano, 2006.

Modalità di accertamento

L'accertamento della preparazione verrà realizzato in forma scritta.

METODI PER LA LOGISTICA COMMERCIALE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Paolo Azzali)

Obiettivi

Il corso mira a rendere noti i concetti fondamentali di logistica aziendale con particolare riferimento alle implicazioni strategiche ed organizzative di questa disciplina nelle funzioni aziendali dell'area commerciale/marketing.

Programma

- La logistica aziendale: obiettivi, contenuti, attività
- L'analisi del sistema logistico aziendale: l'analisi del servizio, l'analisi delle scorte
- La progettazione e la realizzazione di un nuovo sistema logistico
- La gestione del sistema logistico
- La distribuzione fisica dei prodotti: reti distributive, scorte, trasporti.

Testi d'esame

Testi e materiali d'esame verranno indicati nel corso delle lezioni.

Modalità di accertamento

Le modalità di esame verranno concordate con gli allievi nel corso delle lezioni.

ORIGINE E SVILUPPO DEI SISTEMI DISTRIBUTIVI EUROPEI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Alberto Guenzi)

Obiettivi

Il corso descrive e interpreta, per la prima volta nel sistema accademico italiano, i processi di trasformazione che sono stati alla base del moderno sistema distributivo. L'attenzione si concentra sulle trasformazioni seguite alla Rivoluzione industriale e affronta come casi-paese quelli dei paesi di prima industrializzazione (Gran Bretagna, Germania, Francia).

Programma

Dopo una parte introduttiva che delinea i processi di cambiamento avvenuti in età pre-capitalistica (con particolare attenzione alla formazione del mercato internazionale dei prodotti di largo consumo e alla formazione dei sistemi di distribuzione al dettaglio nelle città europee di antico regime), si affronta il tema della distribuzione sia dal punto di vista teorico sia dal punto di vista applicativo.

I casi di studio privilegiano l'arco cronologico che va dalla fine del XVII secolo al primo Novecento. Nella parte finale si metterà in evidenza la struttura del sistema distributivo europeo verso gli anni '60 del XX secolo.

L'assenza di una tradizione storiografica italiana sul tema della storia della distribuzione impone il ricorso a letteratura scientifica in lingua estera (prevalentemente inglese).

Il Docente provvederà a rendere disponibile i materiali non agevolmente reperibili.

Testi d'esame

Sistemi di distribuzione in Europa prima della Rivoluzione industriale (dispensa introduttiva).

BENSON J. (ed.), *The evolution of retail systems, c. 1800-1914*, Leicester 1992, cap.1, 4-6, 8-10, pp. 1-14, 53-102, 135-198

HOLLANDER C. S., *Notes on the Retail Accordion*, in "Journal of Retailing", 1966, pp. 29-54.

JEFFERYS J. B. –KNEE D., *Le commerce de détail en Europe*, Paris 1974, cap. 2-6, pp. 23-116.

SHAW G., *Changes in consumer demand and food supply in nineteenth-century British cities*, in "Journal of Historical Geography", 3 (1985), pp. 280-296.

YAMEY B., *The Evolution of Shop-keeping*, in "Lloyds Bank Review", 31 (1954), pp. 31-44.

SABBADIN E., *La distribuzione commerciale*, in (a cura di VOLPATO G.) *Economia e gestione delle imprese. Fondamenti e applicazioni*, Roma 2006, pp. 159-214.

Modalità di accertamento

E' prevista una prova scritta al termine del corso come pre-appello per i frequentanti. Coloro che non partecipano a tale prova o non riescono a superarla potranno sostenere l'esame in forma orale negli appelli previsti.

POLITICHE DI PREZZO

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Davide Pellegrini)

Obiettivi

Il corso si propone di analizzare le nuove strategie adottate dall'industria e dalla distribuzione per gestire le politiche di prezzo. In tale ottica, dopo aver analizzato le variabili che sono alla base del pricing si approfondiranno gli strumenti per la pianificazione, la gestione ed il controllo dei prezzi all'interno dei canali distributivi. In generale l'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti le metodologie per costruire e mantenere nel tempo posizionamenti di prezzo coerenti.

Programma

- Il prezzo e i costi
- Il prezzo e la domanda
- Il prezzo e la concorrenza
- Il prezzo nei rapporti di canale
- Le scale prezzo
- L'elasticità al prezzo
- L'elasticità alla promozione
- La gestione integrata delle politiche di prezzo

Testi d'esame

Dispense a cura del docente.

Lettura consigliata: PELLEGRINI D., *I prezzi della Distribuzione*, EGEA, 1994.

Modalità di accertamento

Per gli studenti frequentanti le modalità ed i contenuti dell'esame verranno concordati con il docente durante il corso.

Per gli studenti non frequentanti l'esame si svolgerà in forma scritta sulla base della bibliografia d'esame.

POLITICHE DI VENDITA INDUSTRIALE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Daniele Fornari)

Obiettivi

In un contesto di mercato in cui il successo delle politiche di marketing delle imprese industriali è sempre più condizionato dalla struttura e dalle condotte dei canali di vendita, il corso si propone di analizzare le nuove strategie adottate dall'industria per gestire le relazioni con la clientela commerciale.

In tale ottica, dopo aver analizzato i fattori che determinano l'evoluzione dei rapporti tra industria e distribuzione e la conseguente ripartizione delle funzioni di marketing nei canali distributivi, si approfondiranno gli strumenti per la pianificazione, la gestione ed il controllo delle politiche distributive e di vendita delle imprese industriali. In generale l'obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti le metodologie per costruire i piani di trade marketing.

Programma

- Le relazioni tra consumer marketing e trade marketing
- I fattori di sviluppo del Trade Marketing
- Gli scenari di cambiamento del sistema distributivo
- Il posizionamento dei gruppi strategici nella distribuzione
- La ripartizione delle funzioni di marketing nei rapporti tra industria e distribuzione
- I modelli di rapporti di filiera in Europa
- Le strutture organizzative di Trade Marketing
- Pianificazione e gestione degli investimenti commerciali
- I modelli di negoziazione tra industria e distribuzione
- La gestione delle condizioni di vendita per canale/cliente
- Le leve di trade marketing
- Le politiche di marketing integrato.

Testi d'esame

FORNARI D., *Trade Marketing (relazioni di filiera e strategie commerciali)*, Milano, (EGEA) – in corso di pubblicazione

Lecture consigliate:

FORNARI D., VARALDO R., *La evoluzione dei rapporti industria e distribuzione. Dalla cooperazione al conflitto*, Sinergie, n.46, 1998.

Modalità di accertamento

Per gli studenti frequentanti le modalità ed i contenuti dell'esame verranno concordati con il docente durante il corso. Per gli studenti non frequentanti l'esame si svolgerà in forma scritta sulla base della bibliografia d'esame.

RISK MANAGEMENT E CESSIONE DEI CREDITI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Stefano Monferrà)

Obiettivi

Il corso intende approfondire il tema dei rischi aziendali e quello delle problematiche finanziarie legate alla gestione del circolante. In particolare, l'attività didattica è volta ad offrire, ai partecipanti, competenze teoriche e pratiche adeguate alla gestione delle problematiche e alla copertura dei fabbisogni finanziari generati, nel breve periodo, dall'attività di impresa.

Programma

Il corso affronta, in primo luogo, il tema dei rischi di impresa legati alla gestione dei rapporti commerciali. L'analisi, poi, si concentra sull'esame dei dati aziendali ai fini della valutazione dei fabbisogni finanziari che emergono dal ciclo del capitale circolante. Parallelamente al processo di quantificazione del fabbisogno viene sviluppata un'attenta valutazione delle tecniche di copertura del medesimo, con diretto riferimento a diverse tipologie di prodotti finanziari. L'utilizzazione del factoring (cessione dei crediti) come di altri strumenti viene approfondita: sia attraverso un'analisi delle loro caratteristiche, sia tramite la valutazione comparata degli impatti che questi producono sulla gestione aziendale. Per migliorare l'efficacia della didattica e la qualità dell'apprendimento, durante il corso sono previste esercitazioni in aula e la trattazione di casi.

Testo d'esame

Raccolta di letture a cura del docente.

Modalità di accertamento

Esame orale.

SISTEMI DI PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLE VENDITE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Pier Luigi Marchini)

Obiettivi

Il corso intende fornire, tenendo conto del diverso rilievo assunto nelle imprese dall'attività di distribuzione e commercializzazione a seconda delle dimensioni aziendali e del settore di appartenenza, gli elementi per la formulazione di piani e programmi di vendita e gli strumenti di loro sistematico controllo, con particolare riferimento agli scenari di breve periodo.

Partendo da una disamina del concetto di costo e di contabilità analitica, il corso individua la valenza organizzativa e gestionale dei meccanismi di controllo di gestione, visualizzando le specificità e le sottolineature che di questo possono essere riscontrate con particolare riferimento alla funzione vendite.

Programma

Il corso prevede lo sviluppo dei seguenti contenuti.

- Introduzione ai sistemi contabili per le decisioni ed al controllo di gestione.
- I costi: concetto, terminologie e classificazioni.
- Introduzione alle possibili articolazioni dei sistemi di contabilità analitica.
- Le diverse configurazioni di costo e le metodologie di calcolo dei costi di prodotto.
- Analisi del margine di contribuzione: contributo prodotto per linea e per segmento.
- L'analisi differenziale nelle scelte fra differenti scenari gestionali.
- L'analisi costi-volumi-risultati.
- Analisi delle differenti metodologie di determinazione dei prezzi di vendita.
- Il processo di pianificazione aziendale e la definizione del piano di marketing.
- La programmazione aziendale ed i sistemi di programmazione delle vendite.

- Il budget quale sistema di programmazione di breve periodo periodo: i processi di collegamento tra budget delle vendite e budget di conto economico nell'ambito del master budget.
- L'analisi degli scostamenti.

Testo d'esame

Il testo di riferimento per l'esame è GARRISON R. e NOREEN E., *Programmazione e controllo* (managerial accounting per le decisioni aziendali), McGraw- Hill, Milano, 2004.

Modalità di accertamento

L'accertamento avviene mediante una prova scritta che prevede domande aperte ed esercitazioni.

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLE IMPRESE COMMERCIALI

(30 ORE – 4 CFU)

(Prof.ssa Sabrina Latusi)

Obiettivi

Il corso si propone di fornire un quadro complessivo delle componenti fondamentali in cui si articola la comunicazione delle imprese commerciali.

Se in passato la comunicazione nella distribuzione despecializzata si identificava con la promozione, in particolare di prezzo, oggi si estende all'uso delle leve di merchandising - che hanno anche una dimensione comunicazionale -, alle politiche di valorizzazione dell'insegna più legate alle forme classiche di pubblicità sui media, fino all'uso degli house organ e delle carte commerciali per instaurare un rapporto personalizzato con il cliente. L'obiettivo è evidenziare la necessità di un approccio integrato alle diverse forme che la comunicazione delle imprese commerciali può assumere, per garantire la coerenza dei messaggi che vengono inviati con i diversi strumenti. Particolare attenzione è dedicata al ruolo della comunicazione nello sviluppo della marca-insegna, alla comunicazione del pricing di breve e di lungo periodo, alla comunicazione mirata a cluster di clientela, nonché all'analisi dell'evoluzione degli investimenti in comunicazione - sotto il profilo della dimensione, dell'articolazione e dei contenuti - negli ultimi anni, a fronte del perdurare della crisi dei consumi.

Il corso si propone inoltre di approfondire i temi della comunicazione personale e della rappresentazione dell'identità di marca attraverso i luoghi di acquisto, che assumono particolare rilevanza nella distribuzione dei prodotti moda.

Infine, si analizzerà il crescente interesse industriale nella distribuzione come canale di comunicazione. Le nuove sfide competitive attirano infatti l'attenzione delle imprese industriali verso l'opportunità di raggiungere il consumatore nel momento più prossimo all'acquisto: in punto vendita.

Programma

- Evoluzione delle strategie di comunicazione e politica di marca-insegna
- La comunicazione integrata
- Naming/marchio e identità visiva

- Gli strumenti di comunicazione
- I media diretti ed indiretti - in e out store
- Il punto vendita come medium
- Congiuntura e comunicazione
- La comunicazione personale
- Identità di marca e luoghi d'acquisto
- L'interesse industriale nella distribuzione come canale di comunicazione.

Testo d'esame

Le indicazioni bibliografiche saranno fornite dal docente all'inizio del corso e rese disponibili su Internet.

Modalità di accertamento

L'accertamento della preparazione verrà realizzato con una verifica scritta.

INSEGNAMENTI A SCELTA

ANALISI DEI DATI TERRITORIALI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Andrea Lasagni)

Obiettivi

Questo insegnamento si propone di fornire un insieme di strumenti avanzati per l'analisi economico-statistica del territorio. Durante il corso gli studenti affronteranno le problematiche relative alla costruzione di un vero e proprio sistema informativo territoriale in grado di raccogliere, confrontare e mettere in relazione i principali dati statistici disponibili (o raccolti ex novo) a livello locale. Inoltre, all'interno delle lezioni saranno introdotte le funzioni di base di software specifico per la "geovisualizzazione", cioè per collegare i dati economici all'informazione geografica (produzione di mappe e carte tematiche).

Programma

- Introduzione - Le domande da porsi e le risposte da trovare attraverso i dati territoriali - Ripasso generale sulle fonti e sui concetti statistici essenziali - Strumenti avanzati di EXCEL
- I metadati e le classificazioni importanti per l'analisi territoriale
- Dall'analisi dei dati su singoli fenomeni/dimensioni al "sistema informativo territoriale" - Strumenti: uso di ACCESS per l'analisi dei dati territoriali
- Esempi/applicazioni di analisi territoriali o di studi specifici già disponibili in Italia
- Visualizzazione ed esplorazione dei dati relativi ad aree territoriali con un software GIS
- Esempi e applicazioni: dall'analisi territoriale e applicazioni alle linee di progettazione delle politiche per lo sviluppo locale nel in Europa e nel resto del Mondo.

Modalità didattiche

Lezioni con l'utilizzo di PC per applicazioni e esercitazioni in aula.

Testi d'esame e modalità di accertamento

Per gli studenti frequentanti alcuni materiali didattici saranno resi disponibili dal docente durante il corso.

Per i non frequentanti l'esame deve essere concordato con il docente sulla base di alcuni capitoli da *Analisi dei dati con Excel-Funzionalità avanzate e utilizzo professionale di Excel* di Francesco Borazzo, Milano, APOGEO Editore, 2006 e *Economia e statistica per il territorio: introduzione all'analisi operativa delle economie locali* (a cura di) Enrico Del Colle e Gaetano Fausto Esposito, Milano, F. Angeli, 2000.

ANALISI ECONOMICA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Eugenio Somaini)

Obiettivi

Il corso sarà dedicato al tema della democrazia, alle forme che può assumere, alla sua diffusione a livello internazionale, ai fattori che possono determinarne il consolidamento o la crisi, al ruolo che possono svolgere nel suo affermarsi condizioni strutturali (economiche o sociali) interne ai paesi considerati ed a quello di forze esterne, in particolare organismi sopranazionali come il FMI, la Banca Mondiale, il WTO o organizzazioni sopranazionali regionali come l'UE.

Programma

Il corso si articola nelle seguenti parti:

1. Evoluzione storica della nozione di democrazia e delle sue forme concrete
2. Democrazia liberale – Una nozione procedurale di democrazia
3. Tipologie di regimi non democratici
4. La classificazione empirica dei regimi politici, le serie di Freedom house e di Polity IV
5. La diffusione internazionale della democrazia, la 'terza ondata'
6. Democrazia, sviluppo economico e globalizzazione
7. Democrazia, mercato e riforme economiche
8. Democrazia e petrolio
9. Democrazia e istituzioni internazionali e sopranazionali
10. Democrazia e pluralismo etnico e culturale
11. Democrazia e relazioni internazionali (teorie della 'pace democratica' vs teorie 'realiste')

Testi consigliati per la preparazione dell'esame

- Dahl R. Sulla democrazia, Laterza, capp. 2, 4, 5, 8, 10, 11, 12, 13, 14 + App. A, B, C
- Huntington S. La terza ondata, il Mulino, cap.1 e 2
- Morlino L. Democrazie e democratizzazioni, il Mulino, capp.1, 2 e 7
- Dati dal sito www.freedomhouse.org

Modalità d'accertamento

Esame orale

ECONOMIA DELLE AZIENDE NON PROFIT

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Antonello Zangrandi)

Obiettivi

Il settore che raccoglie le Aziende Non Profit nel nostro Paese è in evoluzione. La consapevolezza del ruolo delle Aziende Non Profit nell'economia locale e nazionale è ormai unanimemente riconosciuta e, anzi, considerata fattore di sviluppo sociale ed economico. Il funzionamento delle Aziende Non Profit è regolato da modalità normative che spesso non considerano le reali esigenze delle stesse. Il corso vuole approfondire le caratteristiche specifiche del funzionamento delle Aziende Non Profit ed in particolare: gli aspetti di governance, le misurazioni economiche, la gestione del personale, i criteri decisionali per gli investimenti di medio e lungo periodo. Il corso è anche un'occasione per incontrare il management di queste istituzioni e per comprenderne la varietà e la ricchezza sociale oltre che di soluzioni organizzative e motivazionali che in esse si riscontrano.

Programma

Le Aziende Non Profit nel panorama italiano;
L'Economicità: le variabili determinanti;
La governance: il gruppo Non Profit;
Il mercato delle ANP: le commesse pubbliche;
Il Fund Raising;
L'organizzazione del lavoro;
La gestione del personale;
Bilanci e sistemi contabili;
Il bilancio sociale;
Il management nelle Aziende Non Profit.

Testo e modalità d'esame

ZANGRANDI A. (a cura di), *Economia delle Aziende Non Profit, materiali per l'esame di*, Parma, 2006.

Modalità d'esame: orale

METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE

(12 ORE – 2 CFU)

(Prof. Stefano Meriggi)

Programma da definire

METODOLOGIE DELLE SCIENZE SOCIALI

(12 ORE – 2 CFU)

(Prof. Stefano Moriggi)

Programma da definire

ORGANIZZAZIONE E PIANIFICAZIONE DEL TERRITORIO

(Mutuato dalla Facoltà di Architettura)

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. ssa Franca Miani)

Obiettivi

Il corso mira a fornire gli strumenti analitici ed interpretativi dell'organizzazione e delle politiche di pianificazione e gestione del territorio. In modo particolare saranno approfondite le interazioni tra l'evoluzione del sistema economico e l'organizzazione del territorio, con speciale riguardo ai rapporti tra la dimensione globale e quella locale, nell'intento di agevolare la comprensione delle complesse dinamiche organizzative della realtà attuale.

Viene articolato in due parti fondamentali:

- 1) *Luci ed ombre della pianificazione urbana*
- 2) *Governo e riqualificazione dello spazio urbano*

Programma

Il territorio e la sua organizzazione.

Problemi storici ed evoluzione della disciplina urbanistica in Italia.

La pianificazione urbanistica nell'ordinamento vigente.

Il contributo dell'urbanistica allo sviluppo sostenibile.

Dalla città macchina alla città sistema complesso.

La programmazione negoziata degli enti locali.

Il marketing urbano e territoriale per lo sviluppo locale.

Governo e riqualificazione dello spazio urbano.

Cultura, paesaggi urbani e trasformazioni territoriali: itinerari di ricerca.

Gli argomenti del corso potranno essere oggetto di attività seminariale svolta da tecnici del settore.

Testi d'esame

MIANI F., *Temi e problemi di organizzazione territoriale e pianificazione urbana*, Parma, Azzali Editore, 2004.

Modalità di accertamento

Prova orale.

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELLE AZIENDE PUBBLICHE

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Antonello Zangrandi)

Obiettivi

Programmare e controllare la gestione è un elemento caratterizzante di tutti gli enti pubblici che a fronte di una evidente ristrettezza delle risorse economiche sono chiamati non solo ad essere maggiormente efficienti, ma anche a selezionare gli interventi secondo il criterio dell'efficacia.

Lo sviluppo di metodi di programmazione e controllo della gestione nell'ultimo decennio si è fortemente sviluppato all'interno degli enti pubblici italiani anche attraverso modalità originali ed in grado di dare un reale contributo all'economicità dell'ente pubblico.

Obiettivo del corso è quello di comprendere le caratteristiche del controllo di gestione dell'ente pubblico e conoscere le principali modalità realizzative.

Programma

Il corso approfondirà i seguenti aspetti:

- Programmazione e controllo: caratteristiche essenziali negli enti pubblici
- Gli strumenti della programmazione e controllo negli enti pubblici
- Il piano esecutivo di gestione negli enti locali
- Il Budget in Sanità
- Il controllo di gestione nelle Regioni
- La programmazione e controllo tra enti pubblici
- Il ruolo del controllo della corte dei conti.

Testo d'esame

ZANGRANDI A.(a cura di), *Programmazione e controllo negli Enti Pubblici, materiali per l'esame di*, Parma, 2006.

Modalità di accertamento

Prova orale

SCENARI MACROECONOMICI

(30 ORE – 5 CFU)

(Prof. Francesco Daveri)

Obiettivi

Il corso discute delle principali tendenze macroeconomiche che influenzano l'attività dei mercati e la vita delle imprese nelle varie aree del mondo. L'obiettivo del corso è quello di abituare gli studenti a formarsi un proprio punto di vista sui temi trattati e su altri che frequentemente appaiono nei *media*

Programma

Il corso è diviso in due parti.

Prima parte - L'economia mondiale e l'economia italiana

- I grandi trend dell'economia mondiale
 - La risurrezione dell'economia americana
 - Il rallentamento della vecchia Europa e il dinamismo della Nuova Europa
 - L'ascesa di Cina e India
 - A quanto arriverà il prezzo del petrolio?
 - Gli squilibri nell'economia globale
 - L'Italia è in declino?
 - Perché l'Italia fa poca innovazione?
 - Le politiche per innovare di più
- Seconda parte - Discussioni di aula*

Modalità didattiche

La prima parte del corso è costituita da lezioni tradizionali in cui sono discussi alcuni temi di grande rilevanza per l'economia internazionale e per l'economia italiana.

La seconda parte del corso avviene mediante discussioni di aula. Le discussioni di aula sono dibattiti tra due squadre di volontari (ognuna di 3-4 persone) che espongono argomenti - preparati autonomamente in precedenza - in favore del SI' oppure del NO a fronte di una domanda posta dal docente a tutta l'aula. Alla fine delle due presentazioni, l'aula fa domande di chiarimento e formula obiezioni alle argomentazioni presentate dalle due squadre. Alla fine della discussione (le cui precise modalità sono descritte sul sito web del corso), l'aula è chiamata a votare per il SI' oppure per il NO. L'esito della votazione in aula concorre con il giudizio del docente sulla

bontà delle argomentazioni presentate ad influenzare il voto finale dell'esame per i membri delle squadre.

La lista delle domande per le discussioni di aula sarà comunicata durante la prima lezione e quindi esposta sul sito web del corso. I volontari dovranno comunicare le loro preferenze per i temi indicati (non meno e non più di due preferenze) scrivendo un'e-mail al docente. Chi si prenota per primo avrà diritto di precedenza nella scelta del tema.

Testi d'esame e modalità di accertamento

L'esame è scritto e verte sui temi presentati nelle lezioni tradizionali. Per i membri delle squadre nelle discussioni d'aula, il voto finale è influenzato (con un peso del 30%) dall'esito delle discussioni di aula e dalla valutazione del docente sulla bontà delle argomentazioni presentate nelle discussioni.

I testi di riferimento per l'esame scritto sono:

- Banca d'Italia, *Relazione Economica*, Roma, 31 Maggio 2006, pp.3-13 (Economia internazionale, USA), 16-23 (Europa, Cina, India), 59-86 (congiuntura italiana), disponibile per il download al sito: www.bancaditalia.it/pubblicazioni (Relazione annuale sul 2005)
- United States Congress, *Overview of the Chinese Economy*, Joint Economic Committee, July 2005, disponibile per il download al sito: www.house.gov/jec/publications/109/07-26-05china.pdf
- United States Congress, *Opec and the high price of oil*, Joint Economic Committee, December 2005, disponibile per il download al sito: www.house.gov/jec/publications/109/11-17-05opec.pdf
- Francesco Daveri, *Innovazione cercasi*, Laterza, 2006 (tranne il cap. 4)

Qualche breve lettura aggiuntiva (articoli di giornale) sarà fornita durante il corso, lezione per lezione.

CALENDARIO ATTIVITA' DIDATTICA 2006 – 2007

Lunedì 18.09.2006	>	Sabato 21.10.2006	Lezioni del 1° semestre 1° periodo (5 settimane)
Martedì 24.10.2006	>	Giovedì 26.10.2006	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
26-27 ottobre 2006			Lauree – sessione autunnale (proclamazioni)
Venerdì 27.10.2006	>	Venerdì 3.11.2006	Esami di profitto e idoneità – sessione autunnale (n. 1 appello)
Lunedì 6.11.2006	>	Sabato 9.12.2006	Continuazione lezioni del 1° semestre 2° periodo (5 settimane)
Martedì 12.12.2006	>	Giovedì 21.12.2006	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
14-15 dicembre 2006			Lauree – 1° appello sessione invernale (proclamazioni)
Venerdì 22.12.2006	>	Venerdì 5.01.2007	Vacanze natalizie (ricevimento sospeso)
Lunedì 8.01.2007	>	Venerdì 16.02.2007	Esami di profitto e idoneità – sessione invernale (n. 3 appelli) (<i>lunedì 12.2.07 riservato alla fase istruttoria delle lauree</i>)
15-16 febbraio 2007			Lauree – 2° appello sessione invernale (proclamazioni)
Lunedì 19.02.2007	>	Sabato 24.03.2007	Lezioni 2° semestre 1° periodo (5 settimane)
Martedì 27.03.2007	>	Venerdì 30.03.2007	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
29-30 marzo 2007			Lauree – sessione primaverile (proclamazioni)
Lunedì 2.04.2007	>	Mercoledì 4.04.2007	Esami di profitto e idoneità – sessione primaverile (prima parte) (n. 1 appello)
Giovedì 5.04.2007	>	Mercoledì 11.04.2007	Vacanze pasquali (ricevimento sospeso)
Giovedì 12.04.2007	>	Venerdì 13.04.2007	Esami di profitto e idoneità – sessione primaverile (seconda parte) (n. 1 appello)
Lunedì 16.04.2007	>	Sabato 19.05.2007	Continuazione lezioni del 2° semestre 2° periodo (5 settimane)
Lunedì 21.05.2007	>	Venerdì 25.05.2007	Eventuali recuperi lezioni e preappelli
Lunedì 28.05.2007	>	Venerdì 13.07.2007	Esami di profitto e idoneità – sessione estiva (n. 3 appelli) (<i>lunedì 9.7.07 riservato alla fase istruttoria delle lauree</i>)
12-13 luglio 2007			Lauree – sessione estiva (proclamazioni)
Lunedì 16.07.2007	>	Venerdì 31.08.2007	Sospensione dell'attività didattica (ricevimento sospeso)
Lunedì 3.09.2007	>	Venerdì 14.09.2007	Esami di profitto e idoneità – prolungamento sessione estiva (n. 1 appello)

Sessione	Inizio sessione	Proclamazioni
Autunnale	23 ottobre 2006	26-27 ottobre 2006
Invernale – 1° appello	11 dicembre 2006	14-15 dicembre 2006
Invernale – 2° appello	12 febbraio 2007	15-16 febbraio 2007
Primaverile	26 marzo 2007	29-30 marzo 2007
Estiva	9 luglio 2007	12-13 luglio 2007

La redazione della presente Guida è stata curata da:

Prof.ssa Cristina Ziliani (Docente coordinatore)

Tiziana Incerti Valli (Presidenza Economia)

Barbara Violi (Presidenza Economia)

Foto di Giovanni Calori